

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN
BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:
Wardani Widyastuti
NIM 12511244035

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul :

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Wardani Widyastuti

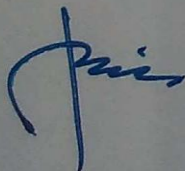
NIM. 12511244035

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan
Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, Oktober 2016

Mengetahui,
Koorprodi Pendidikan Teknik Boga,

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Dr. Mutiara Nugraheni
NIP. 19770131 200212 2 001



Dewi Eka Murniati, MM
NIP. 19810508 200604 2 002

SURAT PERNYATAAN

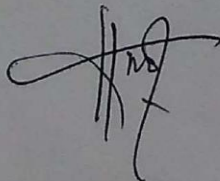
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wardani Widyastuti
NIM : 12511244035
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Oktober 2016

Yang menyatakan,



Wardani Widyastuti

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA

Disusun Oleh:
Wardani Widyastuti
12511244035

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

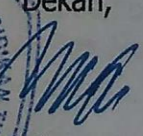
Pada tanggal 4 November 2016

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dewi Eka Murniati, MM Ketua Penguji/Pembimbing		4 November 2016
Dr. Mutiara Nugraheni Sekretaris		4 November 2016
Sutriyati Purwanti, M.Si Penguji		4 November 2016

Yogyakarta, 4 November 2016
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Dr. Widarto, M.Pd.
19631230 198812 1 001

MOTTO

- Bahagiakanlah orang tua kita dengan apa yang kita raih, karena merekalah yang senantiasa memotivasi kita dan memberi kasih sayang tak henti-hentinya.

- Tetaplah setia kepada kebaikan yang anda yakini, Setiap orang yang jujur dan rajin akan berhasil, Ini hanya masalah waktu.

- Terus menjadi pribadi yang lebih baik lagi, lebih baik lagi

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

- *Allah SWT atas segala berkah, nikmat, dan setiap kemudahan yang telah diberikan*
- *Kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa secara material dan non material*
- *Keluarga yang tak henti-hentinya selalu mendoakan dan memberi dukungan sampai saat ini*
- *Almamater UNY, tempat untuk mrnimba ilmu yang telah memberikan banyak pengalaman dan ilmu yg bermanfaat*
- *Teman-teman Pendidikan Teknik Boga NR 2012 atas perjuangan bersama untu menempuh Tugas Akhir Skripsi*
- *Semua Pihak yang membantu dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi*

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA

Oleh:
Wardani Widyastuti
NIM 12511244035

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta sebanyak 80 orang perhari. Ukuran sampel penelitian ditentukan dengan tabel *Issac* dan *Michael* dengan taraf signifikan 5% yaitu sebanyak 65 orang. Pengambilan sampel ditentukan dengan insidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA (*Importane Performance Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut produk dapat diartikan bahwa Banyu Mili Resto Yogyakarta belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, produk, restoran

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul "**Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta**" dapat disusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dewi Eka Murniati, MM. selaku Dosen Pembimbing TAS yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Sutriyati Purwanti, M.Si selaku penguji TAS yang telah memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana serta memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
3. Dr. Mutiara Nugraheni selaku sekretaris penguji dan Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
4. Dr. Widarto, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
5. Banyu Mili Resto Yogyakarta yang telah memberikn ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Suyadi selaku manajer restoran yang telah memberikan ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.

7. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah berikan semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Oktober 2016

Penulis,

Wardani Widyastuti
NIM. 12511244035

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	9
1. Kepuasan Konsumen.....	9
2. Produk	20
3. Restoran	25
B. Penelitian yang Relevan	29
C. Kerangka Pikir	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis atau Desain Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu penelitian	33
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Devinisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	35
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	36
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
G. Teknik Analisa Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	48
1. Analisis Karakteristik responden	49
2. Analisis Data Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili resto Yogyakarta	55
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
C. Keterbatasan Penelitian	68

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	
-----------------------	--

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Diagram Kartesius	46
Gambar 2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	50
Gambar 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Gambar 5. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	54
Gambar 6. Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Banyu Mili Resto Yogyakarta	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban Responden	38
Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	38
Tabel 3. Kriteria Penilaian Importance Performance	45
Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	54
Tabel 8. Hasil GAP Harapan dan Kenyataan Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.....	56
Tabel 9. Kriteria Penilaian Importance Performance	58
Tabel 10. Nilai Importance Performance Mengenai Cita Rasa	58
Tabel 11. Nilai Importance Performance Mengenai Variasi Menu.....	59
Tabel 12. Nilai Importance Performance Mengenai Porsi Hidangan	60
Tabel 13. Nilai Importance Performance Mengenai Kualitas Bahan Makanan.....	60
Tabel 14. Nilai Importance Performance Mengenai Penyajian Makanan.....	61
Tabel 15. Nilai Importance Performance Mengenai Harga	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Permohonan Menjadi Responden
- Lampiran 2. Angket
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Kesahihan Butir Pertanyaan
- Lampiran 5. Perhitungan Analisis IPA
- Lampiran 6. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 7. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada dasarnya manusia memiliki dua kebutuhan yang harus dipenuhi, yaitu kebutuhan fisik dan rohani. Salah satu kebutuhan fisik yang penting untuk dipenuhi adalah kebutuhan akan makanan. Makanan sebagai kebutuhan primer dan mendasar bagi setiap manusia menempati porsi yang cukup besar dari total pengeluaran konsumsi individu. Di Indonesia, total pengeluaran masyarakat untuk makanan sebesar 53,0 persen, sedangkan untuk non makanan 46,99 persen (BPS, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam bidang makanan dan jasa boga di Indonesia cukup menjanjikan.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Yogyakarta. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), kerajinan hingga bisnis perbankan. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis. Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner tersebut, menjadi daya tarik untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu tempat kuliner yaitu restoran.

Restoran merupakan salah satu tempat penyedia kebutuhan makanan. Restoran berkembang pesat akibat dari perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup saat ini menuntut individu untuk banyak melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ini menyebabkan masyarakat saat ini tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk memasak makanan sendiri di rumah. Hal inilah yang mendorong pertumbuhan restoran sebagai penyedia kebutuhan makan di luar rumah. Restoran tidak hanya sekedar menawarkan makanan, tapi lebih jauh berkembang ke arah pencarian suasana makan yang nyaman, cita rasa yang berbeda atau bahkan tempat berekreasi. Hal inilah yang membedakan restoran dengan usaha penyedia kebutuhan makan lainnya.

Banyu Mili Resto Yogyakarta adalah sebuah industri yang bergerak dalam bidang kuliner restoran. Lokasi tidak jauh dengan kota Yogyakarta dan mudah dijangkau. Banyu Mili Resto Yogyakarta terletak di Jalan Godean km 4,5 Kwarasan Yogyakarta atau tepatnya di Komplek Griya Mahkota Yogyakarta. Banyu Mili Resto Yogyakarta didirikan pada tanggal 25 Juli 2008 yang di bangun di atas tanah seluas 30.000 m². Pada awalnya Banyu Mili Resto masuk kota dalam bisnis kuliner bergandengan tangan dengan pemilik Gubuk Makan mang Engking, namun bisnis tersebut hanya berlangsung setahun sebab Banyu Mili resto menangkap peluang bisnis perkulineran kemudian memutuskan berdiri sendiri. Banyu mili dalam bahasa jawa berarti air mengalir. Tapi orang jawa umumnya merasa lebih nyaman menyebutnya dengan ucapan *mbanyu mili* (dengan imbuhan “m” di depannya) yang artinya kemudian menjadi seperti air

mengalir atau mengalir seperti air. Kata Banyu Mili biasanya memberi suasana segar, sejuk, indah, santai, disertai suara gemericik air yang mengalir. Kesan itu pula yang dijual oleh pemilik Banyu Mili Resto Yogyakarta tersebut.

Banyu Mili Resto memadukan wisata makan dengan fasilitas rekreasi keluarga yang bernuansa alam dilengkapi dengan kolam renang, wahana air, hutan kecil, danau buatan serta pemancingan. Banyu Mili resto menyediakan layanan untuk acara-acara seperti pernikahan, ulang tahun, *meeting*, dan sebagainya. Selain itu Banyu Mili resto juga dilengkapi dengan fasilitas free hot spot, live music yang didukung dengan LCD dan karaoke, permainan anak seperti bebek air sehingga pengunjung bisa menikmati sajian makanan sambil berwisata. Konsep itulah yang membedakan Banyu Mili resto dengan Restoran lain di Yogyakarta.

Banyu Mili Resto Yogyakarta berupaya menyajikan menu-menu yang sesuai dengan karakteristik konsumen di Yogyakarta baik dari segi rasa, macam/jenis, penampilan, porsi maupun harga. Berbagai macam hidangan makanan dengan menu unggulan Aneka Olahan Gurami organik dan olahan udang. Menu lain yang tak kalah menggoda adalah, kepiting, ayam goreng kampung, cumi. Aneka sayuran seperti cah kangkung, karedok, sayur asem, cap cay. Beberapa pilihan sambal dan minuman segar yang menjadi pelengkap hidangan. Namun jika restoran ramai, menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia. Ada yang menarik di Banyu Mili resto yaitu mempunyai pembudidayaan gurami dan udang sendiri sehingga pengunjung dapat memilih gurami

yang akan di santap dengan cara mengambil sendiri gurami di kolam pembudidayaan gurami dan udang.

Proses produksi yaitu cara atau metode itu di laksanakan agar memperoleh suatu hasil. Bagian produksi dituntut untuk secara konsisten menjaga mutu makanan dan minuman serta kecepatan dalam penghidangan tetapi pada kenyataanya Banyu Mili resto belum maksimal dalam kecepatan penghidangan sehingga sering mendapatkan komplain yaitu pelayanan yang lama. Bagian produksi dibutuhkan tenaga kerja yang mempunyai keterampilan, keahlian, dan pengetahuan yang mendalam tentang boga karena dapat menentukan standar mutu makanan dan kesesuaian cita rasa yang di hasilkan. Tetapi pada kenyataanya cita rasa yang disajikan kurang konsisten bagi konsumen. Menurut hasil pengamatan peneliti, pada bagian produksi masih perlu pembenahan yaitu sanitasi personal karena belum ada pakaian kerja dapur yang sesuai dengan standar. Hal tersebut sangat berpengaruh pada kebersihan dan kualitas makanan. Salah satu permasalahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang lainnya yaitu harga. Menurut pelanggan Banyu Mili Resto produk yang disajikan kurang diterima oleh lidah pelanggan dan terkadang tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.

Mengingat konsumen adalah "Raja" maka konsumen bebas menentukan dimana mereka akan membeli produk. Terlebih saat ini Yogyakarta banyak restoran yang sama yaitu restoran dengan nuansa alam yang memberikan alternatif bagi konsumen untuk memilih restoran.

Produk yang memuaskan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk selalu menjalin hubungan yang kuat dengan pihak restoran. Banyu Mili Resto tentunya harus dapat meningkatkan kualitas produk dan kepuasan para pelanggannya dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan mereka dan meminimalkan ataupun menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi para konsumen. Bila konsumen telah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan, tak jarang konsumen akan memberikan informasi kepada rekan dan kerabatnya mengenai apa yang telah mereka dapatkan di restoran tersebut. Secara tidak langsung hal ini akan sangat membantu pihak restoran dalam mempromosikan produknya.

Dari sini kita bisa melihat bagaimana restoran harus memperbaiki permasalahan yang ada agar restoran dapat bertahan di tengah-tengah arus persaingan yang ketat karena banyak restoran atau rumah makan bahkan perusahaan sejenis yang ada di Yogyakarta. Jika usaha restoran tidak pandai dalam mengelola maka akan bangkrut, dan sebaliknya jika usaha tersebut di kelola dengan baik maka akan cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan yang ada, mereka akan mempertahankan kelangsungan hidup restoran tersebut dengan terus meningkatkan hal-hal yang di anggap mereka perlu di tingkatkan.

Banyu Mili Resto dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari produk yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Banyaknya perusahaan yang tidak dapat mencapai penjualan karena kurangnya evaluasi pada pemuasan

kebutuhan para konsumen, sehingga konsumen sulit untuk dipertahankan. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2004:24).

Selama ini konsumen Banyu Mili Resto relatif banyak, dari kalangan menengah hingga atas. Menurut hasil pengamatan peneliti, banyak konsumen yang datang pada jam makan siang dan restoran ini tidak pernah sepi pengunjung. Oleh karena itu perlu dilakukan Penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyumili Resto Yogyakarta, sehingga pihak manajemen restoran dapat memasarkan produknya secara terus-menerus sesuai dengan keinginan konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.
2. Sering mendapatkan komplain pelayanan yang lama
3. Cita rasa yang disajikan kurang konsisten bagi konsumen
4. Bagian produksi masih perlu pembenahan yaitu sanitasi personal karena belum ada pakaian kerja dapur yang sesuai dengan standar.
5. Produk yang disajikan terkadang tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.
6. Persaingan perusahaan sejenis yang semakin ketat di Yogyakarta

7. Selama ini konsumen Banyu Mili Resto relatif banyak, tetapi belum diketahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Retso Yogyakarta

C. Batasan masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, jelaslah kompleks permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini tidak membahas semua permasalahan di atas, sehingga diperlukan adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

F. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian maka manfaat penelitian dapat disebutkan sebagai berikut :

1. Bagi Restoran Banyu Mili
 - a. Dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran

- b. Sebagai bahan informasi yang positif untuk di jadikan bahan pertimbangan dan perbaikan pengelola Banyu Mili Resto Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

- a. Melatih mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmunya melalui penelitian.
- b. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori yang diperoleh selama kuliah.
- c. Dapat mempelajari pengelolaan dan manajemen restoran sehingga dapat menerapkan ilmunya untuk usaha jasa boga.

3. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian kepuasan konsumen

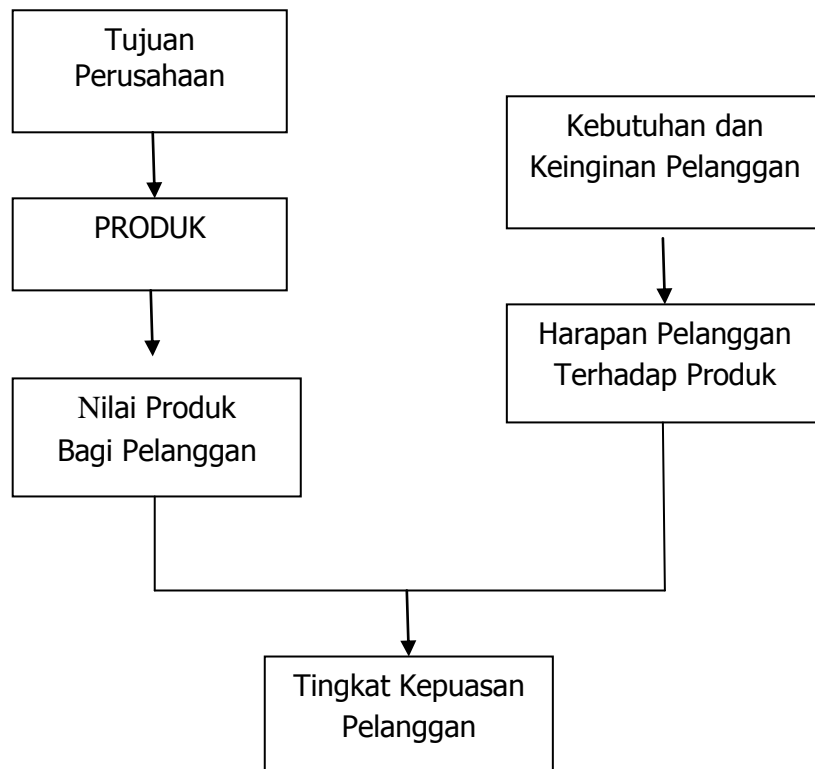
Kepuasan pelanggan sebenarnya masih merupakan sesuatu yang bersifat abstrak. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Dalam konsep pemasaran moderen yang menjadi titik sentral dari kegiatan pemasaran adalah untuk memperoleh atau mencapai kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2002:42) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya. kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 1996: 146).

Selain itu Tjiptono (2001:122) mengemukakan bahwa:

"kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul ketika hasil (*outcome*) yang tidak sesuai dengan harapan".

Ada kesamaan antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber : Fandy Tjiptono (1995)

Konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitas yang seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhannya. Menurut Tjiptono, adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya:

- 1) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- 5) Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut UU No.8 Tahun 1999 Pasal 1 Angka 2, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.

Menurut Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2015:16), Kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktek pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Filosofi pemasaran telah berkembang sejak dekade 1950-an, sejatinya perhatian pada riset kepuasan pelanggan yang berusaha mengukurnya secara sistematis baru dimulai pada awal dekade 1970-an. Filosofi pemasaran menekankan pentingnya keseimbangan antara pencapaian tujuan organisasi dan kepuasan pelanggan. Secara spesifik filosofi pemasaran dipandang bahwa tujuan organisasi hanya bisa tercapai dengan efektif apabila konsumen puas. Konsumen yang puas berpotensi akan loyal

terhadap produk, toko, dan penyedia jasa yang sama. Dalam hal perspektif definisi, setidaknya ada dua tipe yang dominan. Disatu pihak kepuasan pelanggan dipandang sebagai *outcome-oriented approach* atau hasil yang didapatkan dari pengalaman konsumsi barang atau jasa spesifik. Menurut Giese J.L and Cote J.A (dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, 2016:17) Perspektif ini tampak pada 3 definisi berikut :

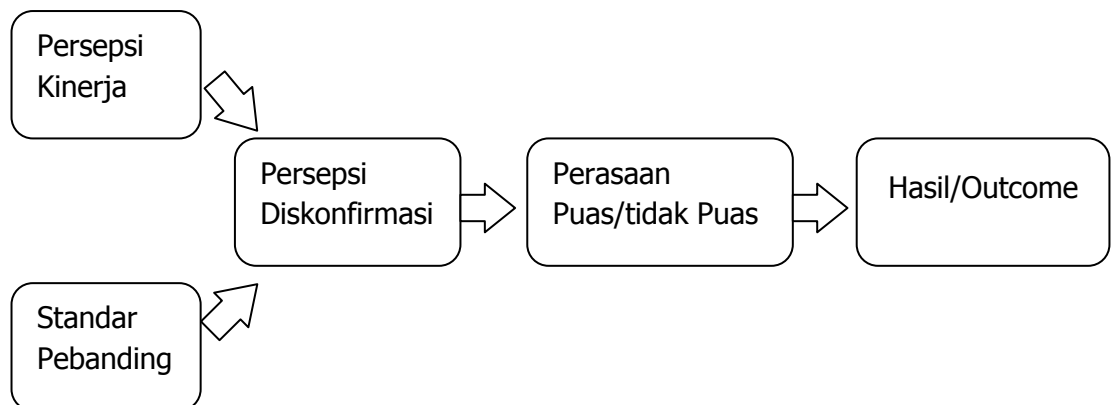
- 1) Situasi kognitif pembeli yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang telah dilakukannya
- 2) Respon emosional terhadap pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau pola perilaku berbelanja dan perilaku pembeli, serta pasar secara keseluruhan
- 3) Kondisi psikologis yang dialami konsumen menakala emosi seputar ekspektasinya yang tidak terkonfirmasi berpadu dengan perasaanya sebelum mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli

Dilain pihak kepuasan pelanggan juga kerap kali dipandang sebagai proses (*process-oriented approach*). Hal ini tampak pada definisi berikut:

- 1) Proses evaluasi untuk memastikan bahwa pengalaman konsumsi setidaknya sebagus apa yang seharusnya didapatkan
- 2) Evaluasi bahwa alternatif yang dipilih konsisten dengan keyakinan awal terhadap alternatif bersangkutan
- 3) Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal

Kedua perspektif ini (*outcome-oriented approach* dan *process-oriented approach*) banyak mewarnai literatur dan kepuasan pelanggan.

Menurut Woodruff dan Gardial (dalam dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, 2015:19) dalam hal lingkup model konseptualisasi kepuasan pelanggan, terdapat dua model yaitu model makro dan model mikro. Model makro mengintegrasikan konsep kepuasan pelanggan dalam jejaring konsep-konsep terkait seperti nilai pelanggan, persepsi kualitas, perilaku komplain dan loyalitas pelanggan. Salah satu model makro yang banyak di jumpai dalam literatur kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Model Makro Kepuasan Pelanggan Tradisional
Sumber : Woodruff dan Gardial (dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana,2015)

Sementara itu, model mikro mencakup komposisi atau elemen-elemen yang membentuk konsep kepuasan pelanggan, diantaranya diskonfirmasi harapan pelanggan, keadilan, atribusi, *affect*, dan penyelesaian. Menurut Erevelles dan Leavit (dalam Fandy Tjiptono &

Anastasia Diana, 2015: 21) mereka menegaskan bahwa situasi konsumsi dan tipe produk/jasa berbeda membutuhkan model kepuasan pelanggan yang berbeda pula.

Menurut Liljander dan Strandvik (dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, 2015: 23) aspek kepuasan pelanggan yang sering kali diperdebatkan adalah apakah kepuasan pelanggan itu bersifat emosional ataukah rasional (kognitif). Disatu sisi kepuasan pelanggan dipandang lebih merupakan evaluasi atau penilaian kognitif terhadap kinerja produk setelah dikonsumsi dibandingkan ekspektasi kinerja sebelum pembelian. Disisi lain, kepuasan dinilai merupakan respon efektif maupun sikap yang bervariasi berdasarkan kontinum hedonis. Menurut Stauss dan Neuhaus Strandvik (dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, 2015: 23) belakangan muncul pula pandangan ketiga yang menegaskan bahwa kepuasan pelanggan terdiri atas komponen kognitif dan afektif. Pandangan terakhir ini muncul sebagai bentuk respon korektif atas permasalahan reabilitas riset kepuasan pelanggan selama ini yang cenderung hanya berfokus pada komponen kognitif dan mengabaikan komponen afektif.

Jadi kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah seseorang tersebut membandingkan antara persepsi/kesan yang dirasakan terhadap kinerja dan produk yang diharapkan.

b. Pengukuran kepuasan konsumen

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Philip Kotler (1994: 148-150) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah ditinjau atau sering dilewati konsumen), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telpon bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya.

2) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumen.

3) *Ghost-Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu orang tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, orang-orang ini juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi orang yang mengamati untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para konsumennya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian.

4) *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperoleh informasi penyebab

terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari prinsip tersebut dapat diterapkan dalam penentuan indikator pengukuran kepuasan konsumen di Restoran (Supranto, 2001:244), yaitu:

- a) Ketepatan hasil sesuai dengan yang dijanjikan.
- b) Pelayanan yang ramah dan penampilan staff yang menarik.
- c) Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- d) Kemampuan perusahaan yang cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.
- e) Pengetahuan dan kecakapan staff.
- f) Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.
- g) Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan.
- h) Kebersihan dan kerapian fasilitas.
- i) Penataan eksterior ruangan yang baik.
- j) Tampilan fasilitas.
- k) Mutu hidangan.

Pada hakekatnya sebuah bisnis sangat tergantung dengan konsumen. Namun demikian, para pelaku bisnis juga harus menyadari bahwa umumnya konsumen tidak peduli dan tidak mau tahu dengan masalah sehari-hari yang dialami oleh pelaku bisnis karena yang ada di pikiran konsumen adalah apa yang mereka butuhkan harus terpenuhi

tanpa mau tahu bagaimana sulitnya memenuhi semua keinginan konsumen tersebut. Untuk dapat mewujudkan kepuasan pelanggan secara total bukanlah hal yang gampang. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing restoran harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu restoran

Tjiptono (2008:87) ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1) Kepuasan Konsumen keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen adalah langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

2) Dimensi Kepuasan konsumen

Berbagai penelitian memilah kedalam komponen-komponennya.

Umumnya proses semacam itu terdiri atas empat langkah:

- a. mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci konsumen atau Konsumen.
- b. Meminta Konsumen menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf konsumen.
- c. Meminta konsumen menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.

- d. Meminta konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan konsumen keseluruhan.

3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada *service quality* yang memiliki komponen berupa harapan Konsumen akan pelayanan yang diberikan (seperti : kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan pengelola dan karyawan, dan sifat pertemanan dari karyawan).

4) Minat pembelian Ulang

Kepuasan Konsumen diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik.

5) Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willigness to recommended*)

Yaitu kesiediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

6) Ketidakpuasan Konsumen (*customer dissatisfaction*)

Yaitu menelaah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: komplain, pengembalian produk (*retur*), biaya garansi, *recall*, *word of mouthnegative*, dan *defections*.

Jadi kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibanding harapannya. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen dan penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan.

2. Produk

a. Pengertian produk

Menurut Philip Kotler (1997: 52) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Macam produk yang ada di pasaran yaitu dapat berupa barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, gagasan. Maka yang disebut dengan produk tidak hanya berupa barang yang dapat dilihat saja, tetapi yang tidak dapat dilihat bisa disebut dengan produk.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya.

Menurut Lupiyoadi (2001:158) yang menyatakan bahwa

“Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”.

Produk adalah alat pemasaran yang paling mendasar menurut Amstrong (2001:11) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan

gagasan. Menurut Basu Swastha (2008: 165). Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat disentuh maupun tidak dapat disentuh, termasuk bungkus, warna, harga, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Lebih lanjut Pride dan Ferrel (1995 : 312) mengemukakan, produk itu sendiri merupakan sebuah kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri berwujud dan tidak berwujud termasuk manfaat atau kegunaan fungsional, sosial dan psikologis.

Menurut Soekresno (2000:8) ditinjau dari produk yang dihasilkan oleh restoran adalah totalitas dari makanan dan minuman dan seperangkat atribut lainnya, termasuk didalamnya adalah rasa, aroma, warna makanan, harga, nama makanan dan minuman, reputasi restoran serta jasa pelayanan dengan keramahtamahan yang diterima guna memuaskan konsumen. Menurut Syahmien Moehyi (1992:9). Makanan dapat disajikan oleh pelayan dan dapat juga diambil sendiri oleh konsumen dengan menggunakan baki untuk dibawa ke meja makan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2001:277) kriteria standar suatu produk yang diharapkan oleh konsumen meliputi : keanekaragaman, mutu/kualitas, sifat, rancangan, merek, kemasan dan pelayanan.

Dasar penilaian kualitas produk meliputi citarasa, variasi menu, porsi hidangan, kualitas bahan makanan, penyajian makanan, dan harga (Syahmien Moehyi, 1992:693).

1) Citarasa makanan

Citarasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut (Drummond, 2010). Makanan yang mempunyai citarasa yang tinggi adalah makanan yang disajikan secara menarik, aroma yang menarik selera makan, tekstur yang tepat dan rasa yang tentunya lezat. Citarasa makanan sangat berhubungan dengan indera pengecap, indera penglihatan dan indera penciuman. Menurut Syahmien Moehyi (1992:94) bahwa citarasa makanan mencakup dua aspek yaitu penampilan makanan ketika dihidangkan dan rasa makanan, kedua aspek tersebut adalah acuan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Penampilan makanan menurut Syahmien Moehyi (1992:94) meliputi warna makanan, tekstur makanan (konsistensi), bentuk makanan, porsi makanan, dan penyajian makanan. Dalam penyajian makanan terdapat 3 hal pokok yaitu jenis alat, teknik menyajikan dalam alat hidang, dan garnish.

2) Variasi menu dan standar porsi

Variasi Menu adalah berbagai macam produk makanan yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda. jika restoran menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen agar berkunjung dan mengkonsumsi produk di restoran tersebut. karena, semakin banyak variasi yang ditawarkan oleh restoran, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai

dengan keinginannya. Selain itu setiap jenis makanan yang akan dijual sudah ditentukan ukuran dan berat setiap porsinya (standart portion size).

Selain itu juga harus diperhatikan kandungan vitamin, gizi dan mineral dalam makanan yang akan diolah. Selain untuk menghindari pemakaian bahan yang sifatnya musiman yang akan menimbulkan kesulitan untuk menemukan bahan tersebut bila suatu saat tamu memesan makanan, maka dari itu bahan-bahan yang diperlukan harus tersedia.

Pada porsi standar jangan merubah, menambah dan mengurangi jenis bahan dan penggunaan portion control equipment (peralatan mengontrol porsi). Karena keuntungan dari porsi control adalah berkenaan dalam ukuran yang pasti, kualitas yang terjamin, dan pelayanan persiapan yang cepat.

Tentang ukuran bagi satu resep dan hidangan yang standar ialah apa yang tercantum pada daftar menu haruslah sesuai dengan produksi dapur. Pemorsian makanan harus diusahakan sesuai dengan kebutuhan metabolisme serta kebutuhan energi dalam kadar gizi yang dibutuhkan tubuh manusia, selain alat ukur juga menentukan persentase gizi.

3) Kualitas bahan dan keamanan makanan

Kualitas bahan makanan diartikan sebagai derajat atau tingkatan dimana bahan tersebut mampu menghasilkan produk bernilai tinggi dan mampu memuaskan keinginan dari konsumen (fitness for use). Hal ini

dikarenakan kualitas produk yang baik dihasilkan oleh kualitas bahan yang baik pula.

Keamanan produk merupakan kualitas makanan yang paling penting untuk diketahui oleh konsumen, karena makanan yang konsumsi dapat berpengaruh pada kesehatan konsumen.

Keamanan makanan sangat dipengaruhi oleh manusia (pengelola/penyaji), binatang, Lingkungan, keamanan alat. Secara umum kualitas dapat diartikan sebagai atribut-atribut atau sifat-sifat tertentu pada suatu produk tersebut dan dapat diukur dan dibandingkan dengan patokan yang ada.

4) Penyajian Makanan

Menyajikan makanan berarti menampilkan hidangan yang siap untuk dikonsumsi. Menyajikan makan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Makanan apa yang disajikan sesuai pula dengan waktu penyajiannya, serta sesuai dengan acaranya ataupun kesempatannya (Syahmien Moehyi, 1992:96).

5) Harga

Merupakan bagian yang melekat pada produk yang dapat mencerminkan kualitas produk yang meliputi tinggi rendahnya harga dan nilai jual produk (Syahmien Moehyi, 1992:98).

Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen dan manajer harus benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Pada kondisi tertentu konsumen sangat sensitive terhadap harga sehingga harga suatu produk yang relatif

lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Dalam kasus lain, harga dapat digunakan sebagai indikator pengganti kualitas produk, dengan hasil produk yang berharga tinggi yang bisa dipandang positif oleh segmen pasar tertentu.

3. Restoran

Menurut Ardjuno Wiwoho (2008;1) restoran berasal dari kata "Restaurer" yang berarti to restore atau restorasi yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia adalah memperbaiki atau memulihkan kondisi seseorang dari suatu kondisi yang kurang baik untuk kembali kepada kondisi sebelumnya.

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA, 2005:9).

Dari definisi restoran yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa restoran adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang bertujuan untuk memulihkan kondisi seseorang (lapar) sehingga kembali pada kondisi sebelumnya.

Banyu Mili Resto Yogyakarta adalah sebuah industri yang bergerak dalam bidang kuliner *Restaurant*. Berdasarkan sifatnya Banyu Mili Resto Yogyakarta termasuk dalam usaha bidang boga yang bersifat komersial karena bertujuan untuk mencari keuntungan.

Banyu Mili Resto menyajikan berbagai macam hidangan makanan dengan menu unggulan Aneka Olahan Gurami organic dan olahan udang.

Menu lain yang tak kalah menggoda yaitu kepiting, ayam goreng kampung, cumi. Aneka sayuran seperti cah kangkung, karedok, sayur asem, cap cay. Beberapa pilihan sambal dan minuman segar juga bisa menjadi pelengkap yang menambah nikmat restoran dengan citarasa yang sesuai dengan karakteristik konsumen di Yogyakarta. Porsi setiap menu berbeda tergantung permintaan dari konsumen terutama pada olahan gurami dan olahan udang. Konsumen bisa memilih porsi small (1/4 kg), medium (1/2 kg), dan large (1kg). Harga setiap porsi yang ditawarkan pun berbeda-beda. Harga mulai dari Rp 30.000 hingga Rp 170.000.

Bahan-bahan yang digunakan dalam mengolah aneka masakan di restoran Banyu Mili terutama pada olahan *seafood* menggunakan bahan segar yaitu diambil dari penangkaran ikan yang ada di dekat danau restoran milik Banyu Mili Resto. Selain itu bahan basah lainnya seperti sayuran dan bumbu, pihak restoran mempunyai *supplier* yang setiap pagi datang untuk membelanjakan semua pesanan yang telah dipesan restoran. Pengecekan pada gudang dilakukan setiap seminggu sekali.

Untuk prosedur pemesanan menu, setelah konsumen melihat-lihat dan memilih menu yang diinginkan pramusaji akan datang kemudian menanyakan menu apa yang akan dipesan. Pesanan konsumen tersebut akan dicatat di selembar kertas CO (Captain Order). Kemudian pramusaji akan membacakan ulang pesanan yang sudah ia catat sebelumnya untuk memastikan tidak ada kesalahan atau pesanan yang terlewatkan. Setelah daftar pesanan konsumen *fix* dan sesuai, pramusaji pamit dari hadapan

konsumen dan meminta untuk menunggu beberapa saat sampai makanan dan minuman diantar.

Konsumen yang sedang menyantap hidangan, juga bisa menikmati fasilitas dan suasana yang ditawarkan oleh Banyu Mili Resto. Banyu Mili Resto dilengkapi dengan beberapa fasilitas penunjang lainnya diantaranya adalah kolam renang, wahana air, danau buatan, pemancingan. Selain itu Banyu Mili resto juga dilengkapi dengan fasilitas *free hot spot, live music* yang didukung dengan LCD dan karaoke, permainan anak seperti bebek air sehingga pengunjung bisa menikmati sajian makanan sambil berwisata.

Setelah konsumen selesai menyantap hidangan dan ingin melakukan pembayaran, konsumen dipersilahkan untuk melakukan pembayaran di meja kasir yang berada tepat di samping pintu keluar restoran. Sesaat setelah konsumen meminta bill atau nota pembayaran, kasir akan memberikan slip nota berikut dengan rincian dan total harga yang harus dibayarkan. Konsumen akan membayar sesuai dengan nominal yang tertera pada bill, pembayaran dapat dilakukan secara tunai atau debit. Setelah uang diterima, kasir akan menghitung kembali uang tersebut dan kemudian menyerahkan uang kembalian (apabila pembayaran berlebih) serta bill pembayaran sambil mengucapkan "Terima kasih" dan "Datang kembali" kepada konsumen.

Media promosi yang digunakan oleh Banyu Mili Resto untuk menarik minat pengunjung pun beragam, namun yang paling efektif dan efisien menurut pihak *Operational Manager* dan digunakan oleh pihak

marketing Banyu Mili Resto adalah social media seperti Facebook . Karena melalui social media ini, pihak marketing mampu mencapai seluruh kalangan konsumen baik dari kelas bawah hingga kelas atas dan dari segala usia, terlebih lagi social media saat ini menjadi bagian *dari life style* masyarakat Indonesia.

Visi dan misi Banyu Mili Resto yang mengutamakan kepuasan konsumen selalu memperhatikan setiap saran dan kritik konsumen yang membangun, selain itu keluhan konsumen yang merasa tidak puas atau tidak berkenan dengan pelayanan Banyu Mili Resto secepat mungkin diatasi. Keluhan konsumen berkaitan dengan produk misalnya citarasa atau kebersihan makanan yang dihidangkan tidak baik, maka produk tersebut ditarik kembali oleh pihak restoran kemudian akan diganti sesuai permintaan. keluhan konsumen yang berkaitan dengan pelayanan pramusaji dan fasilitas yang kurang nyaman bagi konsumen, maka pihak restoran akan meminta maaf kepada konsumen yang bersangkutan. Selain itu untuk keluhan konsumen tentang pelayanan pramusaji yang membuat konsumen tidak nyaman, maka pramusaji yang bersangkutan akan diberikan teguran dan dikenakan sanksi apabila kesalahan pramusaji tersebut melebihi batas.

B. Hasil Penelitian yang relevan

1. Penelitian yang dilakukan Iwan Rustiana (2008) dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Rice Bowl Bogor Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran". Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan konsumen sebagai motivasi untuk berkunjung adalah keadaan konsumen yang sedang lapar, informasi dari teman, kemudian pertimbangan rasa makanan yang ditawarkan. Indikator yang terdapat di kuadran I memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi dengan tingkat kepentingan yang cukup tinggi , yaitu harga. Indikator yang terdapat di kuadran II memiliki tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang cukup tinggi , yaitu citarasa makanan, variasi menu, kehygienisan menu, kesigapan pramusaji, keramahan, kesopanan dan perhatian pramusaji, kecepatan dalam penyajian, kenyamanan dan keamanan restoran, kebersihan dan kerapian restoran. Indikator yang terdapat di kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat kinerja yang dinilai kurang baik oleh responden, yaitu porsi makanan, aroma makanan, dekorasi restoran, aroma ruangan, kelengkapan peralatan makanan. Indikator yang terdapat di kuadran IV memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut konsumen tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh responden, yaitu penampilan pramusaji kecepatan transaksi tampilan restoran(tampilan dari luar) waktu buka restoran, kemudahan dalam menjangkau restoran, sarana parkir. Bauran pemasaran yang direkomendasikan adalah dari segi produk untuk

menambah variasi menu untuk anak-anak, harga untuk menerapkan harga murah seperti menu paket, tempat untuk mempertahankan aroma ruangan yang sudah baik dan menata dekorasi, promosi untuk lebih menyebarkan brosur, sponsorship event, serta karyawan dengan memberikan bonus dan pelatihan serta evaluasi berkala.

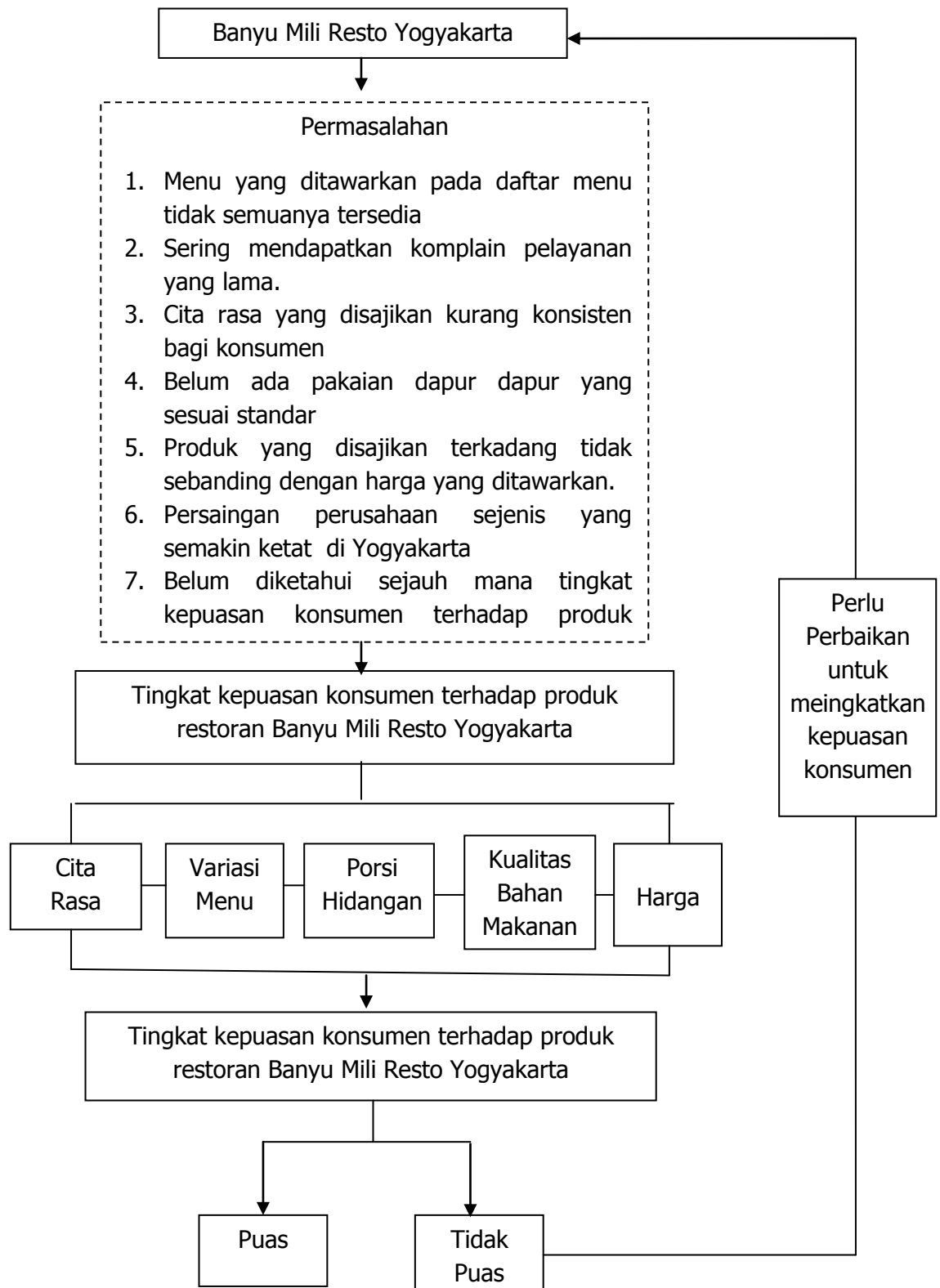
2. Hasil penelitian Indriani (2007) dengan judul "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Waralaba Lokal dengan studi kasus Restoran Ayam Bakar Wong Solo Cabang Depok " Analisis Deskriptif menunjukan konsumen Restoran Ayam Bakar Wong Solo berusia 18-27 tahun, kebanyakan dari mereka adalah laki-laki, status menikah, berdomisili di Depok, berpendidikan sarjana, pekerjaan terbanyak sebagai pegawai swasta dengan pendapatan rata-rata per bulan lebih besar dari Rp 1.500.000 per bulan. Hasil IPA menunjukan bahwa atribut yang harus diprioritaskan adalah keberagaman menu, kecepatan dan ketanggapan pramusaji serta kecepatan penyajian. Atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah cita rasa, kebersihan tempat, kebersihan makanan dan perlengkapan makan, keramahan dan kesopanan pramusaji, kesiapan pramusaji dalam melayani, toilet dan mushola, kenyamanan, kandungan gizi, kesesuaian makanan dan minuman dengan daftar menu, kecakapan pramusaji, kecepatan transaksi, penyajian makanan dan minuman. Atribut yang ada di prioritas rendah adalah dekorasi ruangan, alunan musik, merek, aroma ruangan, harga, pengetahuan dan kemampuan pramusaji dalam menjelaskan menu, pencahayaan, waktu buka,

kesejukan ruangan. Aroma dan lokasi merupakan atribut yang dinilai berlebihan.

C. Kerangka berpikir

Kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan yang diharapkan dan kenyataan yang telah diberikan. Kepuasan konsumen akan terpenuhi bila pelayanan yang diberikan dirasa telah sesuai dengan yang diharapkan dan memecahkan segala permasalahan seperti kurangnya kenyamanan konsumen, kebersihan, dan pelayanan. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, jika kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan).

Kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dalam hal ini berfokus pada produk. Pada dasar penilaian produk meliputi citarasa, variasi menu, porsi hidangan, kualitas bahan makanan dan harga. Dari beberapa penilaian akan memberikan suatu respon yaitu kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta. Kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:



———— = Variabel yang diteliti
 ----- = Variabel yang tidak di teliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang prosedur pemecahan masalah diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek ataupun objek peneliti pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya yang meliputi interpretasi data dan analisis data (Nawawi Hadari, 2000: 63). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Informasi yang diperoleh dilapangan kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk angka-angka dan kemudian diinterpretasikan ke dalam bentuk kalimat sehingga hasil penelitian dapat dibaca dan diketahui hasilnya lebih mendalam dan terperinci.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali fakta tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta dengan cara memberikan angket yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya kepada konsumen Banyu Mili resto Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Banyu Mili Resto Yogyakarta yang beralamatkan di Jalan Godean km 4,5 Kwarasan Yogyakarta atau tepatnya

di Komplek Griya Mahkota Yogyakarta. Waktu penelitian dimulai pada bulan Agustus 2016 sampai Oktober 2016.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti (Endang Mulyatiningsih, 2011:10). Menurut Sugiyono, (2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta. Dalam sehari pengunjung Banyu Mili Resto Yogyakarta kurang lebih 80 orang perhari.

2. Sampel

Endang Mulyatiningsih (2011:10) menyatakan bahwa sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:62). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *insidental sampling*, yang merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih sampel yang secara kebetulan ditemui saja (Endang Mulyatiningsih, 2013: 12). Pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang pada saat dilakukan penelitian sedang membeli di Banyu Mili Resto Yogyakarta

b. Jumlah sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf signifikan 5%. Sesuai tabel penentuan jumlah sampel dari populasi sebanyak 80 orang dengan taraf signifikan 5%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 65 orang (Lihat lampiran).

D. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan kualitas produk

1. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk, dalam hal ini adalah makanan yang diterima dan diharapkan konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta sehingga konsumen akan merasa puas jika apa yang mereka terima sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

2. Produk Banyumili Resto Yogyakarta adalah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yaitu makanan diukur menggunakan indikator produk, meliputi :

a. Cita rasa

Makanan yang dihidangkan memiliki rasa yang enak, tampilan yang menarik, aroma yang sedap, dan tekstur hidangan yang tepat.

b. variasi menu

Menu yang ditawarkan oleh restoran beragam dengan beberapa kategori (soup, appetizer, maincourse, grill, etc), menu selalu tersedia (all-ready stock).

c. porsi hidangan

porsi sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen dan porsi menu yang dihidangkan sesuai dengan standar porsi hidangan.

d. kualitas bahan dan makanan.

kebersihan dan keamanan makanan dan peralatan saji terjamin yaitu bebas dari hama dan kotoran lainnya (seperti rambut, benang, debu, dsb). Bahan baku, bumbu dan rempah-rempah yang digunakan memiliki kualitas baik.

e. Penyajian Makanan

Penampilan hidangan yang siap untuk dikonsumsi. Menyajikan makan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Makanan yang disajikan sesuai pula dengan waktu penyajiannya,

f. Harga produk

Harga yang ditetapkan restoran terjangkau dan sesuai dengan nilai jual dari produk tersebut.

E. Teknik dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena dengan tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010: 67). Angket merupakan teknik

pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.

Angket dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, berisi tentang pernyataan mengenai kualitas produk "Banyu Mili Resto Yogyakarta" dan pengunjung diminta untuk menjawab dengan alternatif pilihan jawaban yang menggunakan skala likert, yaitu masing-masing jawaban dikaitkan dengan nilai berupa angka. Teknik angket ini digunakan untuk memperoleh data mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

2. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:136), instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Dalam penelitian instrumen yang digunakan adalah angket/kuesioner. Angket yaitu sejumlah pernyataan atau butir-butir soal tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu rating atau nilai 4 untuk jawaban sangat penting/ sangat puas, nilai 3 untuk jawaban penting/puas, nilai 2 untuk jawaban tidak penting/tidak puas, nilai 1 untuk jawaban sangat tidak penting/sangat tidak puas. Dalam instrumen penelitian terdiri dari dua indikator jawaban yaitu harapan dan kenyataan yang dimaksudkan untuk mengetahui harapan konsumen terhadap

produk restoran Banyu Mili Resto dan kenyataan yang diterima oleh konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban		Nilai
Sangat penting/sangat puas	SP	4
Penting/puas	P	3
Tidak penting/tidak puas	TP	2
Sangat tidak penting/sangat tidak puas	STP	1

Sebelum menyusun sebuah instrumen, peneliti diharapkan menyusun sebuah rancangan penyusun instrumen yang biasa dikenal dengan kisi-kisi. Adapun kisi-kisi instrumen sebagai berikut :

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Soal
Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta	Cita rasa makanan	Rasa Hidangan	1,2,3
		Aroma hidangan	4,5,6
		Tekstur hidangan	7,8
		Tampilan hidangan	9,10
	Variasi menu	Variasi menu yang di tawarkan	11,12,13
		Ketersediaan produk	14,15
	Porsi hidangan	Kesesuaian porsi	16
		Hidangan sesuai daftar menu	17
	Kualitas bahan makanan	Keamanan bahan	18
		Suhu makanan	19
		Kualitas bahan yang digunakan	20,21
	Penyajian makanan	Kebersihan makanan	22
		Kebersihan Alat saji	23,24
		Keamanan alat saji	25
		Penyajian tepat waktu	26
	Harga	Harga terjangkau	27
		Harga sesuai nilai jual produk	28
		Pemberian potongan harga	29

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum angket penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, angket penelitian diujicobakan terlebih dahulu. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui instrumen yang disusun benar-benar merupakan instrumen yang baik. Baik-buruknya instrumen yang disusun berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

1. Validitas instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih memiliki validitas instrumen yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas eksternal instrumen dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut sesuai dengan data atau informasi lain mengenai variabel penelitian yang dimaksud. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian validitas instrumen menggunakan analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap-tiap butir dengan skor totalnya sehingga dapat diperoleh indeks validitas tiap butir rumus korelasinya menggunakan teknik korelasi *product moment*. Alasan menggunakan analisis korelasi *product moment* adalah karena datanya

berupa data interval. Data interval adalah data statistik yang mempunyai jarak yang sama diantara hal-hal yang sedang diselidiki. Data yang berskala interval adalah data yang bersifat deskriptif.

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan cara memberikan angket penelitian atau instrumen penelitian kepada sampel. Untuk menguji validitas butir-butir instrumen lebih lanjut, maka setelah dikonsultasikan dengan ahli, maka selanjutnya diuji cobakan pada 30 orang (Sugiyono, 2009:182-183). Menurut Suharsimi Arikunto (2006:72) selain itu validitas juga diartikan sebagai suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas instrumen ditentukan dengan menggunakan kriteria jika harga $r < 0,3$ maka instrumen dianggap tidak valid atau gugur (Sugiyono, 2004).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= koefisien korelasi antara X dan Y
N	= jumlah responden
$\sum XY$	= jumlah perkalian antara skor X dan skor Y
$\sum X$	= jumlah skor X
$\sum Y$	= jumlah skor Y
$\sum X^2$	= Jumlah X kuadrat
$\sum Y^2$	= Jumlah Y kuadrat

(Sugiyono, 2014: 356)

Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen penelitian adalah jika r_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikan 5%, maka butir dari instrumen yang dimaksud adalah valid. Sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel}

maka instrumen yang dimaksud tidak valid. Butir instrumen yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian selanjutnya dan dianggap gugur. Demi mempermudah perhitungan uji validitas ini memanfaatkan program komputer SPSS 16.00 *for windows*.

Harga koefisien korelasi pada tabel untuk jumlah sampel (konsumen) $N=30$ pada taraf signifikan 5% adalah 0,361. Setelah dilakukan uji validitas seperti terdapat pada lampiran, bahwa harga koefisien korelasi $r_{hitung} > t_{tabel}$ untuk semua sampel. Dimana nilai koefisien tertinggi pada indikator harapan adalah 0,712 dan terendah adalah 0,426 sedangkan pada indikator kenyataan koefisien tertinggi adalah 0,766 dan terendah 0,399. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden dengan 29 soal dinyatakan sahih/valid, sehingga semua item-item kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yaitu instrumen yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Jika instrumen yang digunakan sudah dapat dipercaya (reliabel) akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. "Sebuah tes mungkin reliabel tetapi tidak valid. Sebaliknya, sebuah tes yang valid biasanya reliabel" (Suharsimi Arikunto, 2002:87)

Reliabilitas mempunyai arti tetap, dapat dipercaya, atau dapat diandalkan. Dengan demikian, reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik, dengan alat ukur

yang terpercaya dan baik, maka data dari penelitian akan menunjukkan hasil yang terpercaya. Uji reabilitas ini dilakukan untuk mengetahui derajat keajegan suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas jika alat ukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten, sehingga instrumen ini dapat dipakai dan dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda. (Suharsimi Arikunto, 2002: 154).

Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian digunakan teknik *Cronbach's coefficient alpha* dengan bantuan program SPSS 16.0 for windows .

Teknik *Alpha Cronbach* tersebut dirumuskan sebagai berikut :

$$r_{11} = 1 - \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak item

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian item

σ_t^2 = jumlah varian total

(Suharsimi Arikunto, 2010 : 196)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya koefisien reliabilitas (harga 1) hasil perhitungan tersebut kemudian dikonsultasikan dengan kriteri tingkat reliabilitas instrument penelitian.

Hasil uji reliabilitas seperti pada lampiran, yaitu nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's alpha* untuk jumlah N=30 adalah 0,361. Dari 29 pertanyaan dihasilkan r hitung pada indikator harapan dengan nilai 0,918

dan indikator kenyataan dengan nilai 0,936 maka 29 butir pernyataan dinyatakan reliabel atau dapat digunakan dalam penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mengolah data agar dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode analisa statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2013: 199).

1. Analisis Karakteristik Responden

Setelah pengumpulan dan pengolahan data selesai, maka langkah selanjutnya adalah menganalisa karakteristik responden. Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat penghasilan.

Analisis Karakteristik responden yang menjadi konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta dinyatakan dalam bentuk presentase (%).

2. Teknik Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan

memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan).

a. Analisis GAP

Setelah skor harapan dan skor kenyataan teridentifikasi langkah selanjutnya yaitu membandingkan antara skor harapan dan skor kenyataan menggunakan analisis GAP. Analisis GAP digunakan untuk mengidentifikasi PFI (*Priorities For Improvement*), yaitu bidang-bidang dengan potensi terbesar untuk penyempurnaan kepuasan pelanggan. Jika kenyataan lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka perusahaan kemungkinan menghadapi sebuah masalah. Semakin besar gap maka semakin besar pula masalahnya (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2014:79). Analisis GAP dihitung dengan rumus :

$$\text{GAP} = \text{Skor Kenyataan} - \text{Skor Harapan}$$

b. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis *Importance Performance* pertama kali dikenalkan oleh Martila dan James pada 1977 (Purnama, 2006:162). Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dengan mengukur tingkat harapan konsumen dan mengukur kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil penilaian harapan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen, akan diperoleh tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian ini akan menentukan prioritas perbaikan kualitas produk. pengukuran tingkat kesesuaian (Tki) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana: Tki = Tingkat kesesuaian responden
Xi = Skor penilaian pelaksanaan/ kinerja perusahaan
Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

Kepuasan didapat bila nilai kinerja (X) lebih besar dari nilai harapan (Y) sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

Tabel 3. Kriteria penilaian importance performance

Nilai	Kriteria
$\geq 100(X > Y)$	Memuaskan
$\leq 100(X < Y)$	Belum Memuaskan

Sumber : Nurulita, 2009 :55

Selanjutnya, jumlah skor penilaian produk dan jumlah skor harapan produk dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan
 \bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen
 $\sum Xi$ = Jumlah skor tingkat kinerja
 $\sum Yi$ = Jumlah skor tingkat harapan
n = Jumlah responden

Hasil tersebut disajikan dalam bentuk grafik yang disebut Diagram Kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang

berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} dan \bar{Y}), dimana \bar{X} yang merupakan kenyataan dan sumbu \bar{Y} adalah nilai harapan konsumen. Diagram kartesius akan terbagi menjadi 4 kuadran yaitu kuadran A, B, C, dan D (supranto 2011: 242 – 243). Kuadran diagram kartesius dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Diagram Kartesius

Keterangan gambar :

Kuadran A : menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen(pelaksanaan belum optimal). Sehingga mengecewakan/tidak puas.

- Kuadran B : Menunjukkan tingkat harapan atas atribut kualitas produk dianggap tinggi bagi konsumen, dan kualitas produk yang diterima dan dirasakan konsumen juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk telah berhasil dilaksanakan perusahaan, sehingga mereka puas, untuk itu wajib dipertahankan.
- Kuadran C : Menunjukkan tingkat harapan dianggap rendah bagi pelanggan dan kinerja yang dirasakan konsumen juga rendah. Hal ini menunjukkan bahwa atribut ini dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan kualitas produk yang dirasakan biasa-biasa saja, untuk itu prioritas perbaikan rendah
- Kuadran D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi memuaskan, hal ini berlebihan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan di Banyu Mili Resto Yogyakarta, subyek penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung dari Banyu Mili Resto Yogyakarta. Penelitian ini difokuskan pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik setiap ubahan penelitian. Pada pembahasan sebelumnya penulis telah mengemukakan bahwa salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui angket, maka penulis melakukan penelitian dengan membagikan angket penelitian kepada pengunjung atau konsumen di Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Populasi penelitian ini adalah jumlah rata-rata pengunjung atau konsumen yang berkunjung di Banyu Mili Resto Yogyakarta pada setiap harinya mencapai 80 orang dengan sampel penelitian yang diambil yaitu sebanyak 65 orang. Angket yang dibagikan tersebut terdiri dari 29 butir pernyataan berdasarkan indikator yaitu 10 butir mengenai cita rasa makanan, 5 butir mengenai variasi menu, 2 butir mengenai porsi hidangan, 4 butir mengenai kualitas bahan makanan, 5 butir mengenai penyajian makanan, dan 3 butir mengenai harga. Seluruh pernyataan yang disusun berdasarkan pokok penelitian dan indikator dari variabel

yang diteliti yaitu mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

1. Analisis Karakteristik Responden

Jumlah Responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 65 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 65 kuesioner dikarenakan cukup banyak kuesioner yang memiliki respon yang tidak lengkap. Pembagian angket dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah konsumen yang berkunjung ke Banyu Mili Resto Yogyakarta, tepatnya sesaat setelah responden menikmati sajian makanan di Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Penyajian data mengenai identitas responden yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari responden. Adapun gambaran tentang keadaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat penghasilan.

Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi masing-masing responden tersebut :

a. Responden Berdasarkan Umur

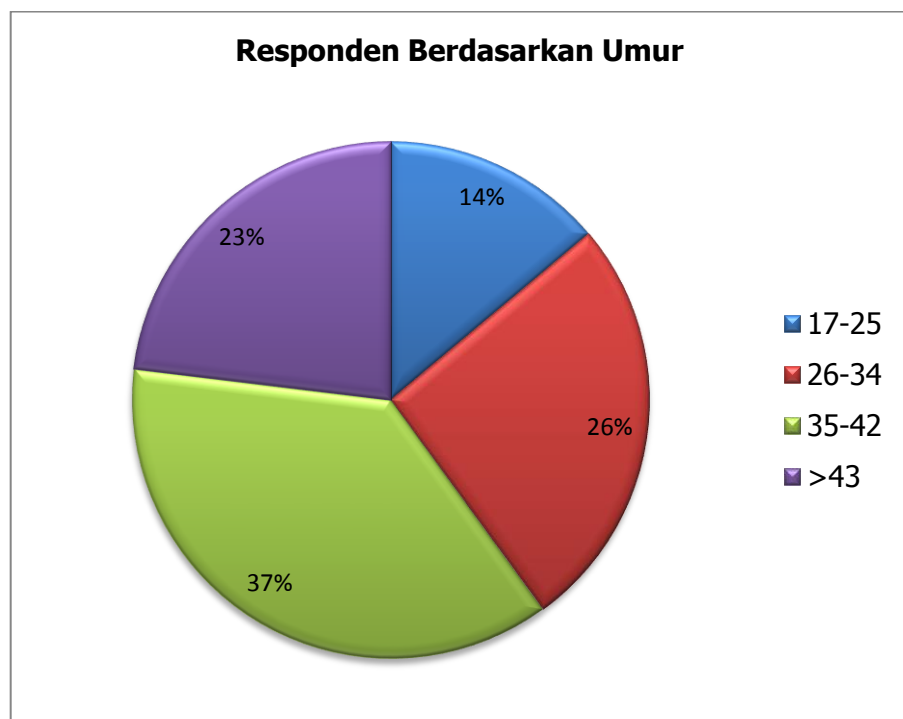
Banyu Mili Resto merupakan salah satu restoran di Yogyakarta yang menyediakan berbagai macam hidangan menu. Dengan banyaknya pengunjung Banyu Mili Resto Yogyakarta, maka konsumen yang ada didalamnya bervariasi berdasarkan umur. Umur seringkali menjadi

penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Presentase
17-25	9	13,85
26-34	17	26,15
35-42	24	36,93
>43	15	23,07
Total	65	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016



Gambar 2 . Jumlah Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan Gambar 2. dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah antara 35-42 tahun yaitu sebanyak 24 orang atau 36,93%, diikuti dengan usia responden 26-34 tahun yaitu sebanyak 17 orang atau 26,15%, dan usia responden >43 tahun yaitu sebanyak 15 orang atau 23,07%. Hal ini dikarenakan usia tersebut pada umumnya

seseorang dalam usia produktif atau bekerja dan berpenghasilan, memiliki keinginan untuk menikmati kuliner sekelas restoran baik untuk kepuasan diri sendiri, rekreasi keluarga, atau untuk menjamu kerabat dan rekan kerja. Sedangkan untuk responden berusia 17-25 tahun yaitu hanya 9 orang atau 13,85% dengan status pelajar/mahasiswa. Rata-rata responden memiliki kepentingan rapat atau sekedar menikmati sajian makanan dan mengabadikan momen bersama teman-teman dengan keindahan restoran Banyu Mili.

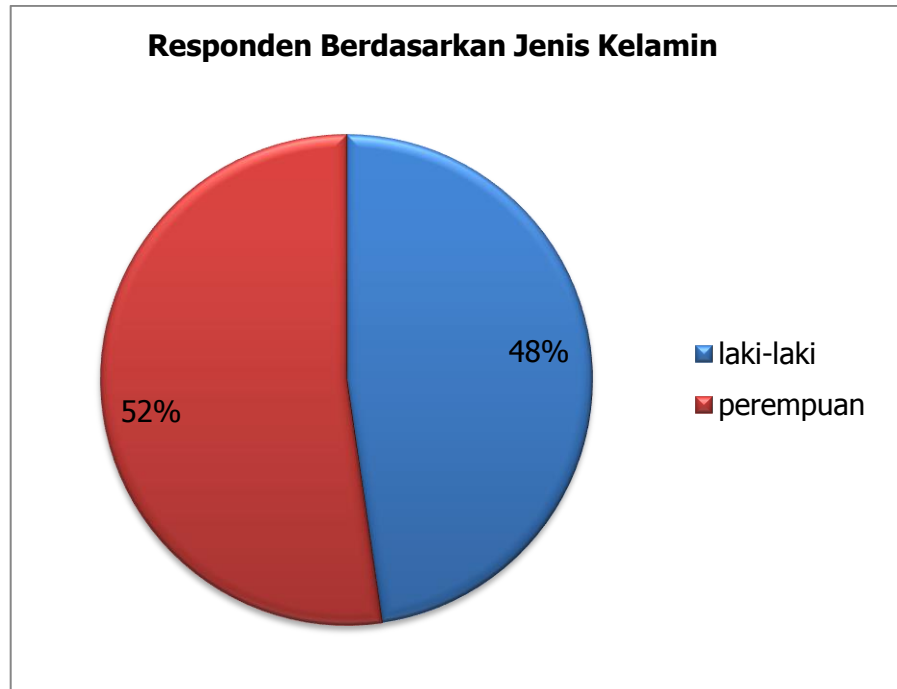
b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin tentunya sangat mempengaruhi seseorang dalam memilih atau membeli suatu produk. seperti halnya menurut Taylor (dalam Reynold & wells, 1977) menuturkan bahwa wanita lebih banyak membelanjakan uangnya daripada pria. Jumlah responden menurut jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	31	47,70
Perempuan	34	52,30
Total	65	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016



Gambar 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Berdasarkan Tabel 3. dapat kita ketahui responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 34 orang dengan presentase 52,30%, sedangkan responden laki-laki adalah 31 orang dengan presentase 47,70%. Hal ini sangat menunjukkan bahwa perempuan lebih konsumtif dan mudah tertarik untuk mencoba kuliner bahkan berekreasi mengajak keluarga daripada laki-laki.

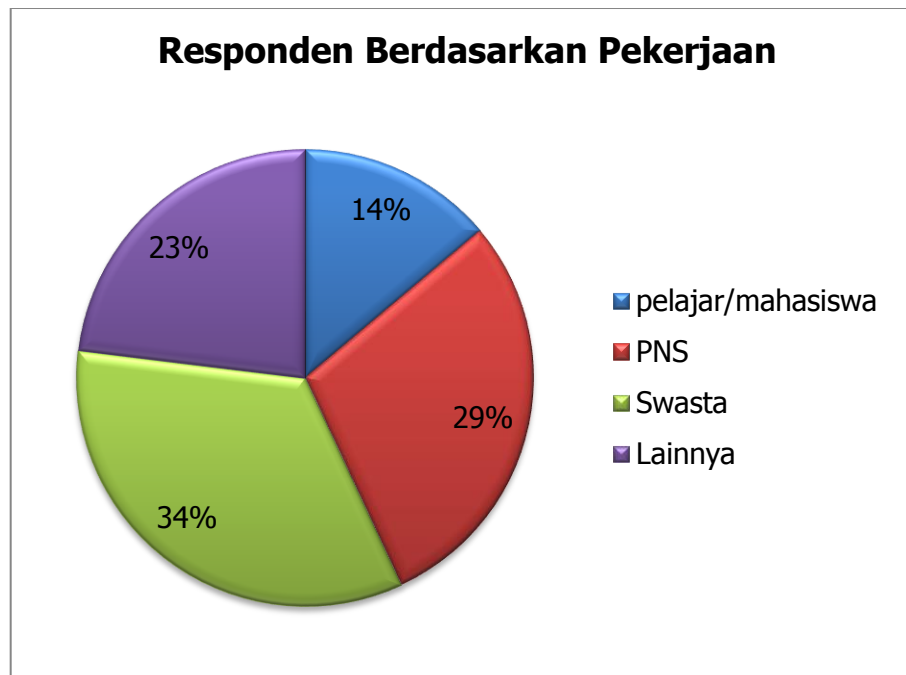
c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Pelajar/mahasiswa	9	13,85
PNS	19	29,23
Swasta	22	33,85
Lainya	15	23,07
Total	65	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016



Gambar 4. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6. menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian besar responden adalah swasta yaitu sebanyak 22 orang atau 33,85%, diikuti oleh responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 19 orang atau 29,23% kemudian lainnya sebanyak 15 orang atau 23,07%, dan dengan status pelajar/mahasiswa sebanyak 9 orang atau 13,85%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Banyu Mili Resto adalah swasta dan PNS. Dua golongan tersebut merupakan konsumen potensial pada jenis usaha kuliner.

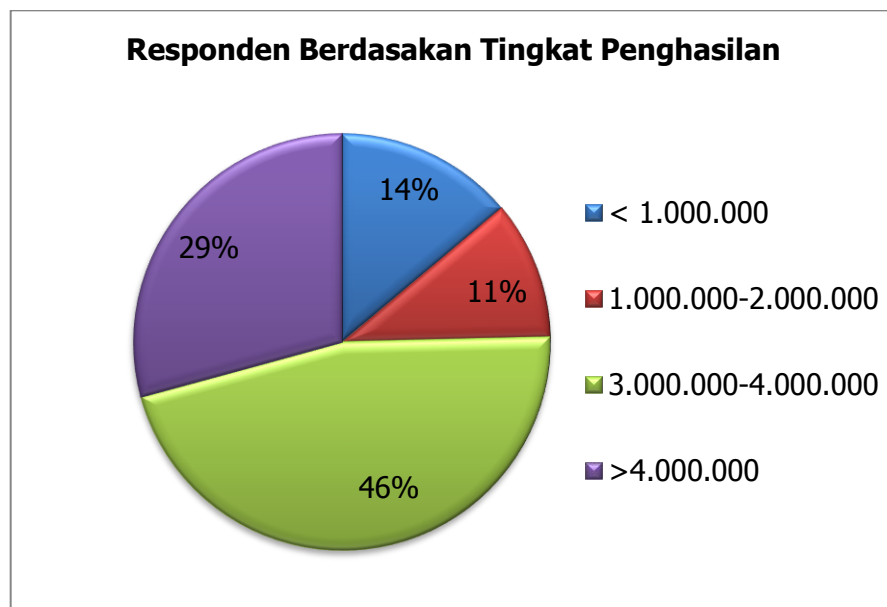
d. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tabel disajikan mengenai responden berdasarkan tingkat penghasilan. Tingkat penghasilan juga mencerminkan kemampuan seseorang dalam memilih produk dan jasa.

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah Responden	Presentase
< 1.000.000	9	13,85
1.000.000-2.000.000	7	10,77
3.000.000-4.000.000	30	46,15
>4.000.000	19	29,23
Total	65	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016



Gambar 5. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Berdasarkan Tabel 7. diatas diketahui bahwa tingkat penghasian terbanyak adalah 3.000.000 – 4.000.000 sebanyak 30 orang atau 46,15%, diikuti tingkat penghasilan > 4.000.000 sebanyak 19 orang atau 29,23%, kemudian tingkat penghasilan < 1.000.000 sebanyak 9 orang atau 13,85%, dan tingkat penghasilan 1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 7

orang atau 10,77%. Tingkat penghasilan responden sangat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan responden.

2. Analisis Data Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan). Hasil penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri atas tingkat harapan dangkat kenyataan yang diterima oleh konsumen. Pemberian skor terhadap masing-masing butir pernyataan adalah skor 4 untuk jawaban sangat penting/sangat puas, skor 3 untuk jawaban penting/puas, skor 2 untuk jawaban tidak penting/tidak puas, skor 1 untuk jawaban sangat tidak penting/sangat tidak puas .

a. Analisis GAP

Setelah skor harapan dan skor kenyataan teridentifikasi langkah selanjutnya yaitu membandingkan antara skor harapan dan skor kenyataan menggunakan analisis GAP. Analisis GAP digunakan untuk mengidentifikasi PFI (*Priorities For Improvement*), yaitu bidang-bidang dengan potensi terbesar untuk penyempurnaan kepuasan pelanggan. Jika

kenyataan lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka perusahaan kemungkinan menghadapi sebuah masalah. Semakin besar GAP maka semakin besar pula masalahnya (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2014:79). Analisis GAP dihitung dengan rumus :

$$\text{GAP} = \text{Skor Kenyataan} - \text{Skor Harapan}$$

Tabel 8. Hasil GAP Harapan dan Kenyataan Kualitas Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

No	Atribut	Harapan	Kenyataan	GAP
Cita Rasa Makanan				
1.	Rasa makanan yang disajikan enak	3,8	3,1	-0,7
2.	Rasa minuman yang disajikan segar	3,7	3,2	-0,5
3.	Rasa hidangan yang disajikan sesuai selera	3,7	3,0	-0,7
4.	Aroma makanan menarik selera makan	3,7	3,2	-0,5
5.	Aroma minuman tajam (tidak hambar)	3,6	2,9	-0,7
6.	Aroma minuman sesuai dengan selera	3,6	3,0	-0,6
7.	Tekstur hidangan tepat (nasi tidak keras, daging empuk, dsb)	3,6	3,0	-0,6
8.	Tingkat kematangan hidangan tepat (tidak mentah, tidak gosong, dsb)	3,6	3,1	-0,5
9.	Tampilan hidangan menarik selera makan	3,7	3,1	-0,6
10.	<i>Garnish</i> yang diberikan menarik	3,6	3,0	-0,6
Rata-Rata		3,7	3,1	-0,6
Variasi Menu				
11.	Produk makanan yang di tawarkan bermacam-macam (aneka olahan udang, gurami, kepiting, dsb)	3,7	3,2	-0,5
12.	Minuman yang ditawarkan beranekaragam	3,6	3,0	-0,6
13.	Pilihan sambal yang di tawarkan beranekaragam	3,5	3,1	-0,4
14.	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	3,6	3,0	-0,6
15.	Minuman yang di tawarkan selalu tersedia	3,6	3,0	-0,6
Rata-rata		3,6	3,1	-0,5
Porsi Hidangan				
16.	Porsi yang disajikan sesuai standar	3,6	3,1	-0,5
17.	Hidangan yang disajikan sesuai dengan daftar menu	3,6	3,1	-0,5
Rata-Rata		3,6	3,1	-0,5

No	Atribut	Harapan	Kenyataan	GAP
Kualitas Bahan Makanan				
18.	<i>Garnish</i> yang diberikan aman dapat dimakan	3,6	3,0	-0,6
19.	Penyajian hidangan tepat sesuai jenis menu (sup tidak menjadi dingin, ice cream tidak mencair, dsb).	3,6	2,9	-0,7
20.	Bahan yang digunakan segar	3,6	3,1	-0,5
21.	Bahan yang digunakan berkualitas	3,7	3,0	-0,7
Rata-rata		3,6	3,0	-0,6
Penyajian Makanan				
22.	Kebersihan makanan yang disajikan kepada pelanggan terjaga dengan baik	3,7	3,0	-0,7
23.	Alat saji sesuai dengan hidangan	3,6	2,9	-0,7
24.	Alat saji bersih (bebas dari kotoran, tidak berdebu, dsb)	3,6	3,1	-0,5
25.	Alat saji aman digunakan (alat saji tidak rusak)	3,7	3,0	-0,7
26.	Penyajian hidangan tepat waktu (tidak menunggu lama)	3,7	2,7	-1
Rata-rata		3,7	2,9	-0,7
Harga				
27.	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	3,7	2,7	-1
28.	Harga makanan sesuai dengan porsi	3,7	2,8	-0,9
29.	Restoran memberikan diskon atau potongan harga	3,7	2,5	-1,2
Rata-rata		3,7	2,7	-1,0

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Tabel 8. terlihat perbedaan rata-rata antara harapan konsumen dan kenyataan yang diterima oleh konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta. Dalam tabel 8. juga terlihat skor harapan lebih besar dari pada skor kenyataan yang diterima pelanggan maka diperoleh gap (-) negatif. Gap negatif berarti menunjukkan bahwa konsumen kurang/tidak puas terhadap produk yang diterima. Rata-rata GAP pada citarasa yaitu -0,6, variasi menu -0,5, porsi hidangan -0,5, kualitas bahan makanan -0,6, penyajian makanan -0,7, dan harga yaitu -1,0. GAP tertinggi pada

indikator harga dan GAP terendah pada indikator variasi menu dan porsi hidangan.

b. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta dengan mengukur tingkat harapan konsumen dan mengukur kenyataan yang diterima oleh konsumen. Konsumen akan merasa puas jika kinerja restoran lebih besar dari apa yang diharapkan konsumen sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

Tabel 9. Kriteria penilaian importance performance

Nilai	Kriteria
$\geq 100(X > Y)$	Memuaskan
$\leq 100(X < Y)$	Belum Memuaskan

Sumber : Nurulita, 2009 :55

1) Nilai importance performance mengenai cita rasa

Tabel 10. Nilai Importance Performance Mengenai Cita Rasa

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
1.	Rasa makanan yang disajikan enak	81,57%	Belum Memuaskan
2.	Rasa minuman yang disajikan segar	86,48%	Belum Memuaskan
3.	Rasa hidangan yang disajikan sesuai selera	81,08%	Belum Memuaskan
4.	Aroma makanan menarik selera makan	86,48%	Belum Memuaskan
5.	Aroma minuman tajam (tidak hambar)	80,55%	Belum Memuaskan
6.	Aroma minuman sesuai dengan selera	83,34%	Belum Memuaskan
7.	Tekstur hidangan tepat (nasi tidak keras, daging empuk, dsb)	83,34%	Belum Memuaskan

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
8.	Tingkat kematangan hidangan tepat (tidak mentah, tidak gosong,dsb)	86,12%	Belum Memuaskan
9.	Tampilan hidangan menarik selera makan	84,05%	Belum Memuaskan
10.	<i>Garnish</i> yang diberikan menarik	83,34%	Belum Memuaskan
	Rata-rata	83,64%	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Tabel 10. menjelaskan bahwa cita rasa di restoran Banyu Mili Resto belum menunjukkan hasil yang maksimal. Hal tersebut dikarenakan nilai importance performance masih di bawah 100%, yang artinya konsumen belum puas terhadap cita rasa yang diberikan oleh Banyu Mili Reto Yogyakarta.

2) Nilai importance performance mengenai variasi menu

Tabel 11. Nilai Importance Performance Mengenai Variasi Menu

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
11.	Produk makanan yang di tawarkan bermacam-macam (aneka olahan udang, gurami, kepiting, dsb)	86,48%	Belum Memuaskan
12.	Minuman yang ditawarkan beranekaragam	83,34%	Belum Memuaskan
13.	Pilihan sambal yang di tawarkan beranekaragam	88,57%	Belum Memuaskan
14.	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	83,34%	Belum Memuaskan
15.	Minuman yang di tawarkan selalu tersedia	83,34%	Belum Memuaskan
	Rata-Rata	85,01%	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Tabel 11. menjelaskan bahwa nilai rata-rata Variasi Menu di restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta adalah 85,01%, artinya konsumen

belum merasa puas dengan variasi menu yang diberikan oleh Banyu Mili Resto Yogyakarta.

3) Nilai importance performance mengenai porsi hidangan

Tabel 12. Nilai Importance Performance Mengenai Porsi Hidangan

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
16.	Porsi yang disajikan sesuai standar	86,12%	Belum Memuaskan
17.	Hidangan yang disajikan sesuai dengan daftar menu	86,12%	Belum Memuaskan
	Rata-rata	86,12%	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Tabel 12. menjelaskan bahwa nilai importance performance mengenai porsi hidangan pada tiap atribut sama, yaitu 86,12%. Namun dua atribut tersebut belum menunjukkan hasil yang maksimal dikarenakan nilai importance performance masih di bawah 100% yang artinya konsumen belum puas terhadap porsi hidangan yang diberikan oleh restoran.

4) Nilai importance performance mengenai kualitas bahan makanan

Tabel 13. Nilai Importance Performance Mengenai Kualitas Bahan Makanan

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
18.	<i>Garnish</i> yang diberikan aman dapat dimakan	83,34%	Belum Memuaskan
19.	Penyajian hidangan tepat sesuai jenis menu (sup tidak menjadi dingin, ice cream tidak mencair, dsb).	80,56%	Belum Memuaskan
20.	Bahan yang digunakan segar	86,12%	Belum Memuaskan
21.	Bahan yang digunakan berkualitas	81,08%	Belum Memuaskan
	Rata-rata	82,78%	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Tabel 13. menunjukan bahwa kualitas bahan makanan di restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta belum memenuhi harapan konsumen. Nilai rata-rata importance performance yaitu 82,78% dan masuk pada kriteria belum memuaskan.

5) Nilai importance performance mengenai penyajian makanan

Tabel 14. Nilai Importance Performance Mengenai Penyajian Makanan

No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
22.	Kebersihan makanan yang disajikan kepada pelanggan terjaga dengan baik	81,08%	Belum Memuaskan
23.	Alat saji sesuai dengan hidangan	80,56%	Belum Memuaskan
24.	Alat saji bersih (bebas dari kotoran, tidak berdebu, dsb)	86,12%	Belum Memuaskan
25.	Alat saji aman digunakan (alat saji tidak rusak)	81,08%	Belum Memuaskan
26.	Penyajian hidangan tepat waktu (tidak menunggu lama)	72,97%	Belum Memuaskan
	Rata-rata	80,36	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Hasil Tabel 14. menunjukan bahwa rata-rata nilai importance performance mengenai penyajian makanan adalah 80,36%. Nilai tersebut masih di bawah 100% yang artinya konsumen belum merasa puas terhadap penyajian makanan yang diberikan oleh Banyu Mili Rseto Yogyakarta.

6) Nilai importance performance mengenai harga

Tabel 15. Nilai Importance Performance Mengenai Harga

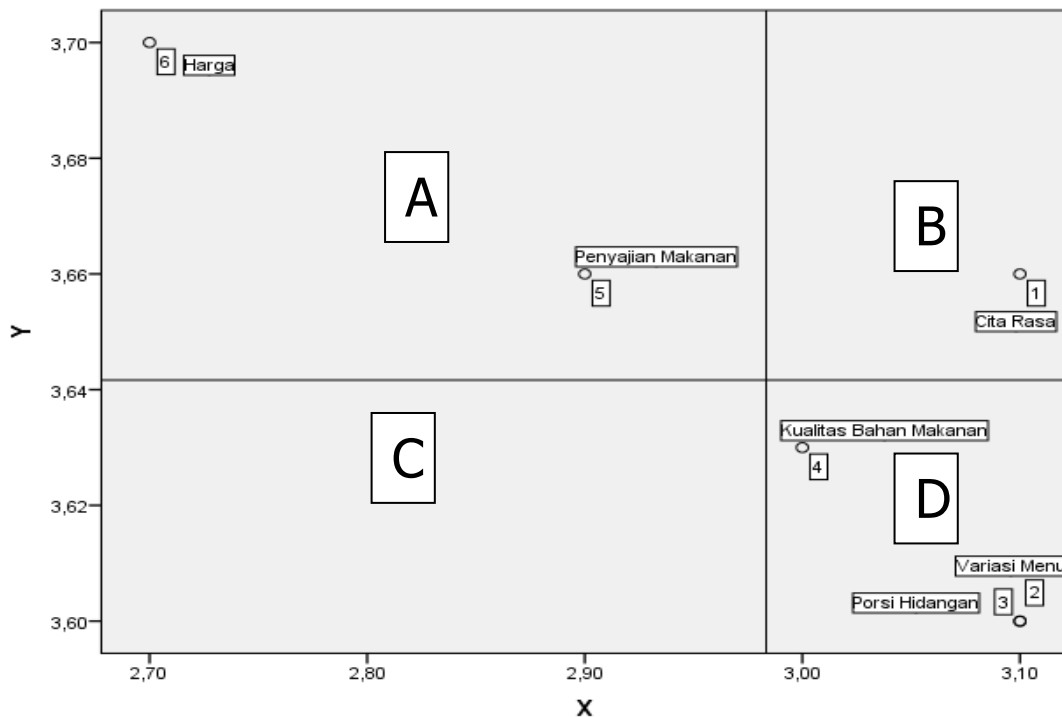
No.	Atribut	Importance Performance	Kriteria
27.	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	72,97%	Belum Memuaskan
28.	Harga makanan sesuai dengan porsi	75,67%	Belum Memuaskan

29	Restoran memberikan diskon atau potongan harga	67,56%	Belum Memuaskan
	Rata-rata	72,07%	Belum Memuaskan

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Hasil nilai rata-rata importance performance mengenai harga pada tabel 15. yaitu 72,07% yang artinya konsumen belum puas terhadap harga yang di berikan Banyu Mili Resto Yogyakarta.

Berdasarkan analisis IPA, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis diagram kartesius yang bertujuan untuk mengetahui tingkat harapan konsumen dan kenyataan yang diterima konsumen di Banyu Mili Resto Yogyakarta. Nilai rata-rata total kenyataan 3,64 dan harapan 2,97, selanjutnya angka tersebut dijadikan sebagai sumbu X dan Y. Diagram kartesius akan terbagi menjadi 4 kuadran yaitu kuadran A, B, C, dan D.



Gambar 6. Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

Pada pengukuran ini, atribut kualitas produk diplotkan ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui kedudukan masing-masing atribut dalam kuadran prioritas. Hasil pengukuran berbagai atribut tersebut didasarkan pada tingkat kepentingan (harapan) konsumen dan tingkat kinerja (Kenyataan) Banyu Mili Resto Yogyakarta, sehingga dapat membantu pihak Banyu Mili Resto Yogyakarta untuk melakukan perbaikan-perbaikan pada atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

Berdasarkan analisis dengan metode IPA, maka atribut harga dan penyajian makanan berada pada kuadran A, atribut cita rasa berada pada kuadran B, sementara itu tidak ada sub variabel atau atribut yang berada pada kuadran C, sedangkan variasi menu, kualitas bahan makanan, dan porsi hidangan berada pada kuadran D.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam upaya mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta, maka perlu diketahui hal-hal atau atribut apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta tersebut. Melalui instrument kuesioner/angket dengan 29 butir pernyataan maka data mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta akan diperoleh.

Hasil yang diperoleh berdasarkan dari perhitungan statistik menggunakan teknik analisis IPA (*Importance-Performance Analysis*). Perhitungan tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengukur apakah

kenyataan/kinerja di " Banyu Mili Resto Yogyakarta" sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil analisis dengan menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*) menunjukkan bahwa atribut harga dan penyajian makanan berada pada prioritas utama yaitu kuadran A. Atribut tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum dapat melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen belum puas. Artinya atribut tersebut dianggap mempengaruhi kepuasan Konsumen namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen. Sehingga mengecewakan/tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen merasa tidak puas karena penyajian makanan yang terlalu lama, hal tersebut dikarenakan rata-rata konsumen datang secara rombongan dan memesan beberapa menu makanan sehingga restoran membutuhkan waktu untuk menghadirkan produk sampai ke tangan konsumen. Konsumen juga menganggap bahwa harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan produk yang diterima atau konsumen yang datang secara rombongan mengharapkan diskon atau potongan harga. Oleh karena itu restoran lebih memperhatikan dua atribut tersebut dan sebaiknya terus meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi harapan konsumen.

Atribut cita rasa makanan berada pada kuadran B yang menjadi prioritas prestasi yang menunjukkan unsur yang telah berhasil dilaksanakan oleh Banyu Mili Resto Yogyakarta, kemungkinan hal ini dikarenakan rata-rata konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta berumur 35-

42 tahun dengan tingkat penghasilan tiga sampai empat juta rupiah per bulan. Pada umumnya usia dan tingkat penghasilan tersebut seseorang berada pada usia produktif dan berpenghasilan, biasanya mempunyai keinginan untuk menikmati kuliner baik untuk kepuasan diri sendiri, rekreasi keluarga, bahkan untuk menjamu kerabat dengan mengutamakan cita rasa makanan yang diberikan oleh restoran sehingga Banyu Mili Resto Yogyakarta menjadi pilihan konsumen. Untuk itu cita rasa wajib dipertahankan oleh Banyu Mili Resto Yogyakarta. Atribut tersebut dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Atribut yang berada pada kuadran C memiliki tingkat harapan yang rendah dan kinerja yang dinilai kurang baik oleh responden. Dalam penelitian ini tidak ada atribut yang berada pada kuadran C. Artinya, responden menganggap bahwa semua indikator produk dianggap penting.

Atribut Kualitas bahan makanan, variasi menu, dan porsi hidangan berada pada kuadran D. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, namun memiliki tingkat harapan yang tidak terlalu tinggi sehingga dianggap kurang oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan.

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut dapat diartikan bahwa kinerja "Banyu Mili Resto Yogyakarta" belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap kinerja "Banyu Mili Resto Yogyakarta". Pihak restoran sebaiknya terus meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi

harapan konsumen agar konsumen menjadi puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (1996:146) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut produk dapat diartikan bahwa Banyu Mili Resto Yogyakarta belum memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen belum puas terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Banyu Mili Resto Yogyakarta hendaknya mempertahankan kualitas produk yang telah diberikan kepada pelanggan dan terus berupaya meningkatkan kualitas produk agar lebih baik lagi. Sehingga konsumen tetap merasa puas dan dapat menjadikan konsumen memiliki loyalitas tinggi terhadap produk dari Banyu Mili Resto Yogyakarta.
2. Mengingat variabel produk hanya menyumbangkan pengaruh yang kecil sedangkan masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang tidak ada dalam penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan variabel yang lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti kepuasan konsumen terhadap produk restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta. Masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen Banyu Mili Resto Yogyakarta, misalnya kualitas pelayanan restoran, strategi pengelolaan restoran, pembangunan restoran dan lingkungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardjuno Wiwoho. (2008). *Pengetahuan Tata Hidang*. PT. Erlangga
- Badan Pusat Statistik. (2006). *statistik pengeluaran penduduk Indonesia: makanan dan non makanan*. www.bps.go.id .Diakses 25 Desember 2015
- Basu Swasta dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Endang Mulyatiningsih, (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. Yogyakarta :UNY Press
- Fandi Tjiptono. (1996). *Manajemen Jasa Edisi I*. Yogyakarta : Andi Offset
- Fandy Tiptono & Anastasya Diana. (2014). *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (1995). *Strategi pemasaran* . penerbitan Andi Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2008). *Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, P. (1994), *Marketing Management ; Analysis, Planning, Implementation and Control (8 th ed), International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall :New Jersey*
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. New Jersey: A Simon & Schuster Company*
- Kotler, P. dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-8. Jakarta : Erlangga.
- Marsum WA. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi Offset
- Nawawi Hadari. (2000). *Administrasi Personal Untuk Peningkatan Produktifitas Kerja*. Jakarta : Haji Intermedia
- Nurulita Andrian. (2009). *Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Temanggung*. Skripsi Sarjana . Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: McGraw Hill Companies, Inc
- Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.(Online).<http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1999/8TAHUN~1999UUPenj.html>. Diakses tanggal 25 Desember 2015.

- Pride, William M. dan O.C. Ferrell. (1995). *Foundation of Marketing*. Edisi ke-2. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Purnama Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran jasa, Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekresno. (2000). *Manajemen food & beverage service hotel : buku panduan Sekolah Tinggi Pariwisata Restoran supervisor & manager*. PT. Gramedia Pustaka Utama :Jakarta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi Arikunto.(2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang - Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999.(Online). <http://hukumpidana.bphn.go.id/kuhpoutuu/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen/>. Diakses 25 Desember 2015.
- UNY, T. T. (2013). *Pedoman Penyusunan Tugas Akhir Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Permohonan Untuk Menjadi Responden



**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA**

PERMOHONAN UNTUK MENJADI RESPONDEN

Kepada

Yth. **KONSUMEN BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA**

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir studi sebagai salah satu syarat memperoleh derajat Srata-1 Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta maka yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Wardani Widyastuti
NIM	: 12511244035
Program Studi	: Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS	: Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta

Di mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Bapak/Ibu tidak perlu khawatir dalam memberikan jawaban yang sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Bapak/Ibu sesuai kondisi yang ada. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan Terima kasih.

Yogyakarta, Juli 2016

Peneliti

Wardani Widyastuti

Lampiran 2. Angket

KUESIONER

Bersama ini kami meminta ketersediaan saudara untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan studi ini. Atas bantuan dan perhatian saudara kami ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada pilihan yang saudara anggap paling sesuai dengan pengalaman dan kenyataan yang anda dapatkan.

IDENTITAS RESPONDEN

Umur : ☐ 17-25 ☐ 26-34
☐ 35-42 ☐ >43

Jenis kelamin : ☐ L / ☐ P

Pekerjaan :

☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ PNS
☐ Swasta ☐ Lainnya

Tingkat penghasilan/bulan :

☐ <1.000.000 ☐ 3.000.000 – 4.000.000
☐ 1.000.000 – 2.000.000 ☐ >4.000.000

Keterangan :

SP	P	TP	STP
4	3	2	1
Sangat Penting /Sangat Puas	Penting /Puas	Tidak Penting /Tidak Puas	Sangat Tidak Penting /Sangat Tidak Puas

No	Makanan/Minuman di Banyu Mili Resto	Harapan				Kenyataan			
		SP	P	TP	STP	SP	P	TP	STP
		4	3	2	1	4	3	2	1
1.	Rasa makanan yang disajikan enak								
2.	Rasa minuman yang disajikan segar								
3.	Rasa hidangan yang disajikan sesuai selera								
4.	Aroma makanan menarik selera makan								
5.	Aroma minuman tajam (tidak hambar)								
6.	Aroma minuman sesuai dengan selera								
7.	Tekstur hidangan tepat (nasi tidak keras, daging empuk, dsb)								
8.	Tingkat kematangan hidangan tepat (tidak mentah, tidak gosong, dsb)								
9.	Tampilan hidangan menarik selera makan								
10.	<i>Garnish</i> yang diberikan menarik								
11.	Produk makanan yang di tawarkan bermacam-macam (aneka olahan udang, gurami, kepiting, dsb)								
12.	Minuman yang ditawarkan beranekaragam								
13.	Pilihan sambal yang di tawarkan beranekaragam								
14.	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia								
15.	Minuman yang di tawarkan selalu tersedia								
16.	Porsi yang disajikan sesuai standar								
17.	Hidangan yang disajikan sesuai dengan daftar menu								
18.	<i>Garnish</i> yang diberikan aman dapat dimakan								
19.	Penyajian hidangan tepat sesuai jenis menu (sup tidak menjadi dingin, ice cream tidak mencair, dsb).								
20.	Bahan yang digunakan segar								
21.	Bahan yang digunakan berkualitas								
22.	Kebersihan makanan yang disajikan kepada pelanggan terjaga dengan baik								
23.	Alat saji sesuai dengan hidangan								
24.	Alat saji bersih (bebas dari kotoran, tidak berdebu, dsb)								
25.	Alat saji aman digunakan (alat saji tidak rusak)								
26.	Penyajian hidangan tepat waktu (tidak menunggu lama)								
27.	Harga menu yang ditawarkan terjangkau								
28.	Harga makanan sesuai dengan porsi								
29.	Restoran memberikan diskon atau potongan harga								

-----T E R I M A K A S I H-----

Lampiran 3. Hasil Kuesioner Penelitian

DATA JAWABAN RESPONDEN HARAPAN PRODUK

(Uji Coba)

No.	Butir Pernyataan																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
6	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
9	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
10	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3
14	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
15	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
16	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3

Lampiran 3

24	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
27	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4

DATA JAWABAN RESPONDEN KENYATAAN PRODUK

(Uji Coba)

No.	Butir pernyataan																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	4	1	3	1	3	3	3	4	3	4	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1
3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3
5	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	4	3	3	2
6	2	2	3	2	1	4	3	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	3	1	1	1	1
7	1	3	3	3	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	1	1	1	1
8	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
9	1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	2	1	1	3	1
10	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
14	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
18	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
21	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
22	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3
23	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
24	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3

25	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2
26	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
27	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3
28	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
29	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3

DATA JAWABAN RESPONDEN HARAPAN PRODUK

Penelitian

No.	Butir Pernyataan																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
6	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
9	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
10	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3
14	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
15	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
16	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
24	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4

Lampiran 3

[illegible]

Lampiran 3

[illegible]

DATA JAWABAN RESPONDEN KENYATAAN PRODUK

Penelitian

No.	Butir Pernyataan																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	1	4	1	3	1	3	3	3	4	3	4	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1
3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3
5	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	4	3	3	2
6	2	2	3	2	1	4	3	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	3	1	1	1	1
7	1	3	3	3	1	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	1	1	1	1
8	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
9	1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	2	1	1	3	1
10	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
14	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
18	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
21	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
22	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3
23	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
24	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3

25	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2
26	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
27	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3
28	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
29	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
30	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	2
31	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
32	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
34	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
40	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
41	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
45	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3
48	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
49	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
50	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
53	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3

Lampiran 3

[illegible]

Lampiran 4. Hasil Tingkat Kesesuaian

HASIL TINGKAT KESESUAIAN

Sub indikator	Atribut	Harapan (Y)	Kenyataan (X)	Rata-rata Y	Rata-Rata X	GAP	Rata-rata GAP	Tki (%)	Rata-rataTKi
cita rasa makanan	Rasa makanan yang disajikan enak	3,8	3,1	3,7	3,1	-0,7	-0,6	81,57	83,64
	Rasa minuman yang disajikan segar	3,7	3,2			-0,5		86,48	
	Rasa hidangan yang disajikan sesuai selera	3,7	3,0			-0,7		81,08	
	Aroma makanan menarik selera makan	3,7	3,2			-0,5		86,48	
	Aroma minuman tajam (tidak hambar)	3,6	2,9			-0,7		80,55	
	Aroma minuman sesuai dengan selera	3,6	3,0			-0,6		83,34	
	Tekstur hidangan tepat (nasi tidak keras, daging empuk, dsb)	3,6	3,0			-0,6		83,34	
	Tingkat kematangan hidangan tepat	3,6	3,1			-0,5		86,12	
	Tampilan hidangan menarik selera makan	3,7	3,1			-0,6		84,05	
	Garnish yang diberikan menarik	3,6	3,0			-0,6		83,34	
Variasi menu	Produk makanan yang di tawarkan bermacam-macam	3,7	3,2	3,6	3,1	-0,5	-0,5	86,48	85,01
	Minuman yang ditawarkan beranekaragam	3,6	3,0			-0,6		83,34	
	Pilihan sambal yang di tawarkan beranekaragam	3,5	3,1			-0,4		88,57	
	Menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia	3,6	3,0			-0,6		83,34	
	Minuman yang di tawarkan selalu tersedia	3,6	3,0			-0,6		83,34	
Porsi Hidangan	Porsi yang disajikan sesuai standar	3,6	3,1	3,6	3,1	-0,5	-0,5	86,12	86,12
	Hidangan yang disajikan sesuai dengan daftar menu	3,6	3,1			-0,5		86,12	
Kualitas Bahan Makanan	Garnish yang diberikan aman dapat dimakan	3,6	3,0	3,6	3,0	-0,6	-0,6	83,34	82,78
	Penyajian hidangan tepat sesuai jenis menu	3,6	2,9			-0,7		80,56	
	Bahan yang digunakan segar	3,6	3,1			-0,5		86,12	
	Bahan yang digunakan berkualitas	3,7	3,0			-0,7		81,08	
Penyajian Makanan	Kebersihan makanan yg disajikan kpd pelanggan terjaga dgn baik	3,7	3,0	3,7	2,9	-0,7	-0,7	81,08	80,36
	Alat saji sesuai dengan hidangan	3,6	2,9			-0,7		80,56	
	Alat saji bersih (bebas dari kotoran, tidak berdebu, dsb)	3,6	3,1			-0,5		86,12	

	Alat saji aman digunakan (alat saji tidak rusak)	3,7	3,0			-0,7		81,08	
	Penyajian hidangan tepat waktu (tidak menunggu lama)	3,7	2,7			-1,0		72,97	
Harga	Harga menu yang ditawarkan terjangkau	3,7	2,7	3,7	2,7	-1,0	-1,0	72,97	72,07
	Harga makanan sesuai dengan porsi	3,7	2,8			-0,9		75,67	
	Restoran memberikan diskon atau potongan harga	3,7	2,5			-1,2		67,56	
Rata-rata				3,64	2,97		-0,7		

Lampiran 5. Kesahihan Butir Pertanyaan

**Kesahihan Butir Petanyaan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk
Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta (Harapan)**

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item1	0,706	Valid
Item 2	0,639	Valid
Item 3	0,534	Valid
Item 4	0,605	Valid
Item 5	0,442	Valid
Item 6	0,611	Valid
Item 7	0,451	Valid
Item 8	0,585	Valid
Item 9	0,605	Valid
Item 10	0,648	Valid
Item 11	0,442	Valid
Item 12	0,704	Valid
Item 13	0,712	Valid
Item 14	0,554	Valid
Item 15	0,627	Valid
Item 16	0,545	Valid
Item 17	0,499	Valid
Item 18	0,459	Valid
Item 19	0,426	Valid
Item 20	0,436	Valid
Item 21	0,484	Valid
Item 22	0,648	Valid
Item 23	0,514	Valid
Item 24	0,538	Valid
Item 25	0,535	Valid
Item 26	0,639	Valid
Item 27	0,441	Valid
Item 28	0,463	Valid
Item 29	0,491	Valid

Kesahihan Butir Petanyaan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta (Kenyataan)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item1	0,747	Valid
Item 2	0,766	Valid
Item 3	0,487	Valid
Item 4	0,680	Valid
Item 5	0,502	Valid
Item 6	0,460	Valid
Item 7	0,583	Valid
Item 8	0,622	Valid
Item 9	0,764	Valid
Item 10	0,747	Valid
Item 11	0,736	Valid
Item 12	0,603	Valid
Item 13	0,619	Valid
Item 14	0,483	Valid
Item 15	0,622	Valid
Item 16	0,614	Valid
Item 17	0,514	Valid
Item 18	0,486	Valid
Item 19	0,686	Valid
Item 20	0,486	Valid
Item 21	0,583	Valid
Item 22	0,440	Valid
Item 23	0,687	Valid
Item 24	0,766	Valid
Item 25	0,399	Valid
Item 26	0,404	Valid
Item 27	0,619	Valid
Item 28	0,734	Valid
Item 29	0,656	Valid

Reliability Harapan Produk

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	29

Reliability Kenyataan Produk

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	29

Lampiran 6. Surat Penelitian

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Eka Murniati, MM
NIP : 19810506 200604 2 002
Jurusan :

Menyatakan bahwa instrumen penelitian TAS atas nama mahasiswa:

Nama : Wardani Widyastuti
NIM : 12511244035
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : Tingkat Kepuasan Terhadap Produk Restoran Banyu Mili
Resto Yogyakarta

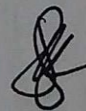
Setelah dilakukan kajian atas instrument penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan:

- ☐ Layak digunakan untuk penelitian
☒ Layak digunakan dengan perbaikan
☐ Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan

dengan saran/perbaikan sebagaimana terlampir.

Dengan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Juni 2016
Validator,



Dewi Eka Murniati, MM
NIP. 19810506 200604 2 002

Catatan:

☐ Beri tanda ✓



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 568168 psw: 276, 289, 292. (0274) 586734. Fax. (0274) 586734:
Website : <http://ft.uny.ac.id>, email : ft@uny.ac.id, teknik@uny.ac.id



Certificate No. QSC 00592

No : 1036/H34/PL/2016
Lamp : -
Hal : Ijin Penelitian

14 Juni 2016

Yth.

1. Bupati Kabupaten Sleman c.q. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kabupaten Sleman
- 2 Pimpinan Banyu Mili Resto Yogyakarta

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restoran Banyu Mili Resto Yogyakarta, bagi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

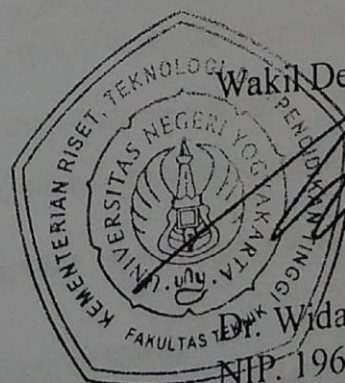
No	Nama	No. Mhs.	Program Studi	Lokasi
1.	Wardani Widyastuti	12511244035	Pend. Teknik Boga	Banyu Mili Resto Yogyakarta

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu

Nama : Dewi Eka Murniati, S.E., M.M

NIP : 19810506 200604 2 002

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Bulan Juni 2016 s/d selesai
Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

Dr. Widarto, M.Pd.

NIP. 19631230 198812 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
Website: www.bappeda.slemankab.go.id, E-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 2788 / 2016

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dasar : Peraturan Bupati Sleman Nomor : 45 Tahun 2013 Tentang Izin Penelitian, Izin Kuliah Kerja Nyata,
Dan Izin Praktik Kerja Lapangan.
Menunjuk : Surat dari Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
Nomor : 070/Kesbang/2677/2016
Hal : Rekomendasi Penelitian

Tanggal : 20 Juli 2016

MENGIZINKAN :

Kepada :
Nama : WARDANI WIDYASTUTI
No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 12511244035
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Karangmalang Yogyakarta
Alamat Rumah : Tunjungan Pengasih Kulon Progo
No. Telp / HP : 083869728526
Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul
**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN
BANYU MILI RESTO YOGYAKARTA**
Lokasi : Banyu Mili Resto Yogyakarta di Sleman
Waktu : Selama 3 Bulan mulai tanggal 20 Juli 2016 s/d 20 Oktober 2016

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Wajib melaporkan diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.
3. Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.
4. Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.
5. Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.

Demikian izin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di Sleman

Pada Tanggal : 20 Juli 2016

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kab. Sleman
3. Kabid. Ekonomi Bappeda Kab. Sleman
4. Camat Gamping
5. Pengelola Banyu Mili Resto Yogyakarta di Sleman
6. Dekan Fak. Teknik UNY
7. Yang Bersangkutan

Sekretaris

u.b.

Kepala Bidang Statistik, Penelitian, dan Perencanaan



Lampiran 7. Tabel Issac dan Michael

TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU
DENGAN TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Lampiran 8. Dokumentasi

DOKUMENTASI

